T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

İSTEĞE BAĞLI MEDYA HİZMETLERİNİN İÇERİK DENETİMİ VE KANUNİ DÜZENLEMESİ

UZMANLIK TEZİ

HABİP HALUK TAŞDEMİR

ANKARA

MART, 2023


RTÜK
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİNİN İÇERİK DENETİMİ VE KANUNİ DÜZENLEMESİ

UZMANLIK TEZİ

HABİP HALUK TAŞDEMİR

DANIŞMAN: ÜST KURUL UZMANI ÖMER AVCI

ANKARA
MART, 2023

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığına,

Habip Haluk Taşdemir adlı Üst Kurul Uzman Yardımcısının hazırladığı "İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin İçerik Denetimi ve Kanuni Düzenlemesi" başlıklı bu çalışma Tez Değerlendirme Komisyonu üyelerince oy birliği/oy çokluğu ile **Uzmanlık Tezi** olarak kabul edilmiştir.

	Komisyon Üyeleri	İmza
Başkan	Ebubekir ŞAHİN Üst Kurul Başkanı	…….
Üye	Deniz GÜÇER Üst Kurul Üyesi	……
Üye	Dr. İbrahim USLU Üst Kurul Başkan Yardımcısı	…….
Üye	Deniz GÜLER Daire Başkanı	..……...
Üye	Ömer AVCI Üst Kurul Uzmanı (Tez Danışmanı)	…….

ONAY

Bu tez Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlığı Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca …/…/20… tarihinde kabul edilmiştir.

Ebubekir ŞAHİN
Üst Kurul Başkanı

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Bu tez çalışmasında;

Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,

Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,

Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,

Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

Sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. 10/03/2023

Habip Haluk Taşdemir

Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Bu küçük çalışma,
çalışmanın tamamlandığı günlerde rahmet-i Rahmân'a kavuşan
değerli Üst Kurul Uzmanı arkadaşımız
Yusuf Baltacı'nın hatırasına ithaf edilmiştir.

TEŞEKKÜR

Beni ilmek ilmek işleyen annem Halime TAŞDEMİR'e, bir dağ gibi her zaman arkamda duran babam Yakup TAŞDEMİR'e, hayattaki tâlihim olan ablam Tuğba TAŞDEMİR'e, rahmetli ilkokul öğretmenim Zekiye ENGİN başta olmak üzere üzerimde hakkı olan tüm büyüklerime, bu güzîde kurumda bulunmama vesile olan sevgili Sedat CAN, Yasir Talha ÖZTÜRK ve Yusuf ÇIKRAK'a, tez çalışması boyunca yardımlarını ve dostluğunu esirgemeyen değerli Üst Kurul Uzmanım Ömer AVCI'ya, küçüklüğümden beri her zorlukta yanımda olan ve bu çalışmayı hazırlarken de içinden çıkamadığım editoryal sorunlardan beni kurtaran kadim dostum sevgili Emre Safa APAYDIN'a yürekten teşekkür ederim.

ÖZET

İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİNİN İÇERİK DENETİMİ VE KANUNİ DÜZENLEMESİ

Taşdemir, Habip Haluk

Uzmanlık Tezi

Tez Danışmanı: Üst Kurul Uzmanı Ömer Avcı

Mart, 2023,100

İnsanlığın ateş ve dumanı kullanmasından bu yana medya, toplumun içinde önemli bir yer tutmuştur. Matbaanın icadı ile kurumsallaşmaya ve gelişimini hızlandırmaya başlayan medya günümüze kadar çeşitliliğini artırmaya devam etmiş ve gündelik yaşantının vazgeçilmezi olmuştur. Nihayet mobil cihazlar ve dijitalleşmeyle medya hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Son yıllarda konvansiyonel medya ile yeni medya arasında kalın çizgiler oluşmuş ve yeni medya kendi karakterine bürünmüştür. Yeni medyanın en can alıcı alt unsurlarından biri de şüphesiz isteğe bağlı yayınlardır. İzleyicisinin içeriğe istediği anda istediği yerde erişimine olanak sağlayan isteğe bağlı medya izleme alışkanlıklarını kökünden değiştirmiştir. Çok sayıda izleyiciye ulaşan bu yeni medya türü doğal olarak büyük bir içerik ihtiyacı ortaya çıkarmıştır.

Konvansiyonel medya sabit yayın akışı ve sınırlı sürede sunmakta olduğu içerikle hukuki anlamda kolayca denetlenebilirken süre ve miktar açısından sınırlandırılamayan isteğe bağlı yayınların denetlenmesi için yeni hukuki düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Çünkü medya toplumsal ve kültürel yapıya etkisi, kamuoyu oluşturmadaki önemi, büyük toplumsal hareketlere sebep olabilmesi gibi özellikleri sebebiyle kanun koyucular ve kamu otoriteleri nezdinde her zaman denetlenmek ve düzenlenmek istemiştir. Bu çerçevede gerek dünyada gerek ülkemizde medya içeriklerine ve medya sektörüne yönelik yeni hukuki düzenlemeler ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada kısaca medyanın gelişiminden ve isteğe bağlı medya hizmetlerinin ortaya çıkmasından bahsedildikten sonra Türkiye'de İngiltere'de ve nihayet Avrupa Birliğinde, isteğe bağlı medya alanında yürürlüğe konulan mevzuat ele alınmıştır. Bir kısım tespit ve öneriler sunularak çalışma hitama erdirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Tabanlı Medya, İsteğe Bağlı Yayın, İçerik Denetimi

ABSTRACT

CONTENT CONTROL OF VIDEO-ON-DEMAND SERVICES AND LEGAL REGULATION

Taşdemir, Habip Haluk

Specialization Thesis

Thesis Advisor: Supreme Council Expert Ömer Avcı

March, 2023, 100

Media has taken a significant place in society since humanity used fire and smoke. The media started to institutionalize and accelerate its development with the invention of the printing press, which has continued to increase its diversity. Finally, with mobile devices and digitalization, media has become an integral part of daily life.

In recent years, there have been remarkable distinctions between conventional media and new media, and new media has taken on its character. One of the most crucial sub-elements of the new media is on-demand media services. On-demand media, which allows viewers to access content anytime, anywhere, has radically changed their viewing habits. This new type of media, which reached a large number of viewers, has naturally created a great need for content.

While conventional media can be easily controlled legally with a fixed broadcast stream, [**linear structure**], and content aired in a limited time, new legal regulations are required to control on-demand broadcasts that cannot be limited in terms of time and amount. Because the media has always wanted to be controlled and regulated by lawmakers and public authorities due to its effects on social and cultural structure, its importance in forming public opinion, and its ability to lead to big social movements. In this framework, new legal regulations have been put forward for media content and the media sector both in the world and in our country.

In this study, after briefly mentioning the development of media and the emergence of on-demand media services, the legislations enacted in the field of on-demand media in Turkiye, England **(United Kingdom**), and finally the European Union are discussed. The study was concluded by presenting some findings and suggestions..

Keywords: Internet –Based Media, Video-On Demand, Content Control

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI……..iii

TEŞEKKÜR……..v

ÖZET……...vi

ABSTRACT……..…vii

İÇİNDEKİLER……...……...viii

ŞEKİLLER DİZİNİ ……...……..…xi

KISALTMALAR/SİMGELER…….……...xii

BÖLÜM 1

1.GİRİŞ……...……1

1.1. Problem……...3

1.2. Amaç…….....4

1.3. Önem…….....4

1.4. Sınırlılıklar……..4

1.5. Tanımlar……..4

BÖLÜM 2

2. YÖNTEM…….....6

2.1. Araştırma Modeli……6

2.2. Evren ve Örneklem……..6

2.3. Verilerin Toplanması……..6

2.4. Verilerin Çözümlenmesi……6

BÖLÜM 3

3. İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİ KAVRAMI VE MEDYADAKİ YERİ……...8

3.1. Medya Kelimesinin Kökeni, Medya Kavramı ve Kavramın Kapsamı……...8

3.2. Medya Araçlarının İşlevleri ve Kullanım Amaçları……..10

3.2.1. Toplumsallaştırma İşlevi……11

3.2.2. Bütünleştirme işlevi……11

3.2.3. Eğlendirme İşlevi……12

3.2.4. Ekonomik İşlevi……..13

3.3. İsteğe Bağlı Yayın Kavramı……..14

3.3.1. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Ortaya Çıkışı……16

3.3.2. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Türkiye'de Gelişimi ……19

3.4. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Geleneksel Medya Hizmetlerinden Farkı…21

3.4.1. Yeni Medya Ögesi Olarak İsteğe Bağlı Yayın……..21

3.4.2. Gelir Yöntemleri Açısından……...22

BÖLÜM 4

4. MEDYADA İÇERİK VE İÇERİK DENETİMİ……..24

4.1. Medyada İçerik……..24

4.2. Geleneksel Medya Yayınları ve İsteğe Bağlı Yayınlarda İçeriğin Temel Farkları……...……..25

4.3. Genel Olarak İçerik Denetimi…….……..30

4.3.1. Denetim Nedir ve Neden Vardır……30

4.3.2. Türkiye'de İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Denetiminden Sorumlu Kurumlar…….32

4.3.2.1 RTÜK……..……32

4.3.2.2 Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu……34

4.4. İsteğe Bağlı Medyanın Denetimine Dair Tartışmalar……..35

BÖLÜM 5

5. İSTEĞE BAĞLI MEDYAYA YÖNELİK YASAL DÜZENLEMERE İLİŞKİN TÜRKİYE, İNGİLTERE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÖRNEKLERİ ..……...41

5.1. Türkiye'de İnternet Üzerinden İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Denetimi.....41

5.1.1 İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerine İlişkin Düzenlemenin Hukuki Temel…..……..43

5.1.2. Yönetmeliğin Kapsamı…..……46
5.1.3. Yönetmelik İle Getirilen Yükümlülükler..……..…..50
5.1.4. Lisanslama ..……...……51
5.1.5. Lisanslama Ücreti ve Mali Yükümlülükler ..…….57
5.1.6. Kanun ve Yönetmelik Çerçevesinde İçerik Denetimi ……...59
5.1.7. Yaptırımlar …….64
5.2. İngiltere'de İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Denetimi……..65
5.2.1. OFCOM ve Önemi……66
5.2.2. İsteğe Bağlı Yayınlar……..67
5.2.3. İngiltere'de İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Durumu…….69
5.2.4. Mevcut Hukuki Düzenleme……70
5.2.5. Yayıncılık Kanunu…….72
5.3. Avrupa Birliğinde Medya ve İsteğe Bağlı Medyanın Denetimi…….……...73
5.3.1. Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifine Gelinen süreçte AB Mevzuatı……..77
5.3.2. Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifinde Düzenlenen Bazı Konular ……..……..78
5.3.2.1. Çocukların Korunması……..…..78
5.3.2.2. Dezavantajlı Gruplar……79
5.3.2.3. Ticari Konular……..80
5.3.2.4.Gıda, Alkol ve Sigaraya İlişkin Hükümler……...83
5.3.2.5.Cevap Hakkı…….84
5.3.2.6. Münhasıran Video Paylaşım Platform Hizmetleri……..84
5.3.2.7.Temas Komitesi……87
5.3.2.8. Düzenleyici Otoriteler…….88
BÖLÜM 6
6. SONUÇ VE ÖNERİLER……..……...89
6.1. Sonuç…….....89
6.2. Öneriler……..91
KAYNAKÇA…….……..94
ÖZGEÇMİŞ……100

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil **Sayfa**

Şekil 1. VoD Kavramı ve Bazı Alt Kavramlar Arasındaki İlişki 18
Şekil 2. Türkiyede Abone Tabanlı Platform Kullanıcıların Sayısındaki Artış 20
Şekil 3. İsteğe Bağlı Medya İle Geleneksel Medyanın Temel Farkları 29
Şekil 4. YouTube'a Şubat 2020 İtibari İle Her Dakika Yüklenen Video Süresi 36
Şekil 5. Netflix Kataloğunda Eşcinsellik Barındıran İçerik Tanıtımları 38
Şekil 6. ATV Logolu MEdya Hizmet Sağlayıcı Kruluşun İnternet Sitesinde Yer Alan Canlı Yayın Akışı İle Geçmiş Program Kayıtları 54
Şekil 7. FOX Logolu MEdya Hizmet Sağlayıcı Kruluşun İnternet Sitesinde Yer Alan Canlı Yayın Akışı İle Geçmiş Program Kayıtları 54
Şekil 8. Akıllı İşaretler 62

KISALTMALAR/SİMGELER

Kısaltma	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
BBFC	British Board of Film Classification
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim kurumu
DCMS	Digital Culture Media Sports Ministry
EPRA	European Platform of Regulatory Authorities
ERGA	European Regulators Group for Audiovisual Media Services
İNTERNET-İBYH	İnternet Üzerinden İsteğe Bağlı Yayın Hizmetleri
İNTERNET-RD	İnternet Üzerinden Radyo Yayın Hizmetleri
İNTERNET-TV	İnternet Üzerinden Televizyon Yayın Hizmetleri
K-İBYH	Kablolu İsteğe Bağlı Yayın Hizmetleri
OFCOM	Office of Communications
İBPK	İsteğe Bağlı Program Kılavuzu
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
U-İBYH	Uydu Ortamında İsteğe Bağlı Yayın Hizmetleri

BÖLÜM 1

1. GİRİŞ

Bireyler arasında gerçekleştirilen bir takım anlam, mesaj ve işaret iletimi insanlık tarihi kadar eskidir. Bir anlam ya da bir mesaj taşıyan iletilerin çeşitliliği ve bu iletilerin taşıdığı mesaj sayısı günden güne artmıştır. Yazının kullanılması, kağıt ve matbaanın icadı, yazılı eserlerin dolaşımının artması, gazete ve dergicilik faaliyetleri medyanın uzun tarihindeki önemli noktalardandır. Yakın tarihte ise radyo ve televizyon yayınları büyük heyecan uyandıran olaylar olarak kaydedilmiştir. 20nci yüzyılın sonundan itibaren teknik, elektronik ve teknoloji dev adımlarla ilerlemiş, 21inci yüzyılda internet ve dijitalleşme son derece yaygınlaşmıştır. 2020 yılında yaşanan Covid-19 pandemisi de bu yayılımın hızının artmasına sebep olmuştur.

Gitgide gündelik hayatın içinde daha çok yer edinen medya, bireyleri toplumsallaştıran, bütünleştiren, eğlendiren karmaşık bir işlev kazanmıştır. Kültürün şekillenmesinde ve aktarımında önemli bir konuma sahip olmuştur. Ayrıca ticari bir niteliğe bürünerek büyük bir sektör ve endüstriye dönüşmüştür.

Basılı yayınlar ile alışılagelmiş radyo ve televizyon yayıncılığı "geleneksel medya" olarak tanımlanmaktadır. Sabit yayın akışı olan, kitlelere klasik şekilde mesaj ulaştıran bu iletişim araçları internet teknolojileri ile çeşitlenmiştir. Medyada sayısız araç, imkan ve teknikler ortaya çıkmıştır. Hızlı değişimlere bağlı olarak görsel-işitsel medya da sosyal ağlar, video ve fotoğraf paylaşım platformları, mobil uygulamalar, çevirim içi yazılı, sesli ve görüntülü iletişim araçları gibi birçok farklı görünüme bürünmüş ve "yeni medya" adını almıştır. "Yeni" ile kastedilenin medya ortamlarında vücut bulan sürekli dönüşüm, gelişim ve yenilikçilik anlayışının olduğu belirtilmiştir.

Medya araçları ile taşınıp aktarılan mesajlar medya kullanıcıları tarafından "içerik" olarak anılmaya başlanmıştır. Zamanla görsel-işitsel içerikler daha rağbet görür hale gelmiştir. İçeriğin zenginleşmesi ve medya araçlarının yaygınlaşması, medyaya duyulan ilgiyi iyiden iyiye artırmış ve doğurduğu etkiyi güçlendirmiştir.

İsteğe bağlı medya yaygınlaşan ve ilgi gören yeni medya unsurlarının en parlak örneğidir. Ulaştığı izleyici sayısı, gördüğü ilgi, sektörel anlamda oluşturduğu rekabet gibi sebeplerle akademik anlamda incelemeye değer görülmüştür. İsteğe bağlı medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliği istenildiği zaman istenildiği yerde istenilen

içeriğe ulaşılmasına imkan sağlaması diğer deyişle lineer olmayan yapısı olmuştur. Televizyon kullanımından bildiğimiz izleme alışkanlıklarını değiştirmiş, hem işlevsel hem bilimsel anlamda ilgi odağı haline gelmiştir.

Öteden beri medyanın konu olduğu tartışmalar isteğe bağlı medya gibi yeni türlerin ortaya çıkmasıyla daha çok hararetlenmiştir. Gelinen noktada medyanın her konuyu eğlenceye dönüştürdüğü, tüm söylemleri kendi formatına çevirdiği, gerçeği çarpıttığı ve kendi gerçekliğini görselleştirdiği hatta düşünme yeteneğini körelttiği söylenmiştir. Doğurduğu etki ile hakkındaki eleştirilerin hacim ve önemindeki benzerlik sebebiyle kurumsallaştığı yıllardan bu yana kamu otoritelerinin ve kanun koyucuların dikkatini üzerine çeken medya yeni ve daha ayrıntılı hukuki düzenlemelerin ihtiyaç duyulduğu bir alan haline gelmiştir.

İsteğe bağlı medya hizmetleri özelinde kanuni düzenleme yapma zorunluluğu başta bu platformların izleyici sayısının çokluğu, medya sektöründeki göz ardı edilemez konumu ve geleneksel medyaya kıyasla sunduğu aşırı miktardaki içerik gibi sebeplerle ortaya çıkmıştır. Lineer bir akış sunan ve bu akışta sınırlı içeriğe yer verebilen geleneksel medyanın denetimi daha kolayken; her an her yerde tekrar tekrar izlenebilen isteğe bağlı medya hizmetlerinin denetimi daha zordur. Sadece içerik miktarının fazlalığından oluşan bu zorluğa algoritmalar aracılığıyla kişisel verilerin toplanması ve işlenmesi, kişiselleştirilmiş ticari iletişim gönderileri oluşturulması, seri izleme (binge watching) tabir edilen ekran bağımlılığı gibi olumsuzluklara sebep olması da eklendiğinde durumun daha ciddi bir hal aldığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede dünyada ve ülkemizde bir takım hukuki düzenlemeler yapılmış ve yürürlüğe konmuştur.

Altı bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde dünyada ve ülkemizde hangi kanuni düzenlemelerle gerçekleştirildiği problem olarak belirlenmiş, problemin amacı ve önemi belirtildikten sonra ikinci kısımda araştırma yönteminden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde medyanın işlevlerinden bahsedilmiş ve medya, yeni medya, isteğe bağlı yayın kavramlarına değinilmiştir. Dördüncü bölüm medya içerik kavramına, içerik denetimine, denetleyici ve düzenleyici kuruluşlar olarak Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'na (BTK) ayrılmıştır. Beşinci bölümde Avrupa Birliği (AB), İngiltere ve Türkiye'de isteğe bağlı yayınlara ilişkin düzenlemeler ele alınarak altıncı bölümdeki sonuç ve önerilerle çalışma sona erdirilmiştir.

Bu kapsamda yapılan hukuki düzenlemelerden kısaca bahsetmek faydalı olacaktır. AB 1989 yılında çıkarılan 89/552/CEE sayılı Üye Devletlerde Televizyon Yayıncılığı Faaliyetlerinin Sürdürülmesine İlişkin Kanun, Yönetmelik veya İdari İşlemler Tarafından Belirlenen Hükümlerin Koordinasyonu Direktifi ile medyanın düzenlenmesine dair ilk adımı atmıştır. Gelişmeler neticesinde ortaya çıkan yeni düzenleme ihtiyacı da 2010/13/AB sayılı Görsel–İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi (Direktif) ve Direktife yapılan eklemelerle giderilmiştir. Direktifte çocukların korunması, ticari iletişimler ve hususi olarak video paylaşım platformları ile ilgili düzenlemeler mevcuttur.

İngiltere'de ise medya alanında düzenleyici ve denetleyici kuruluş Office of Communications (OFCOM)'dur. OFCOM Yayıncılık Kanunu çerçevesinde isteğe bağlı medya hizmetlerini de düzenlemekte ve denetlemektedir. İngiltere mevzuatı daha ziyade medya kuruluşları arasındaki haksız rekabet ve kanunların hem geleneksel hem isteğe bağlı yayıncılara eşit şekilde uygulanması merkezine odaklanmıştır. AB'den yakın tarihte ayrılmış olması sebebiyle İngiltere'deki kanuni düzenlemelerle ilgili gelişmeler daha canlı ve hareketlidir.

Türk hukuku bakımından medya alanında düzenleyici ve denetleyici kuruluş RTÜK iken düzenleme ve denetleme yetkisi Anayasa'nın kendisinden kaynaklanmaktadır. Mevzuatın bel kemiğini oluşturan metin ise 6112 sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'dur. İsteğe bağlı yayınlarda ise 6112 sayılı Kanun'a dayanılarak çıkarılan 01.08.2019 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik temel mevzuattır.

Türkiye'de isteğe bağlı medyanın düzenlenmesi ve denetlenmesi ayrı ve özel bir önem arz etmektedir. Türkiye'de genç nüfus oldukça fazladır. İsteğe bağlı medya hizmetleri özellikle genç kuşağın ilgisini çekmektedir (RTÜK, 2018). Bilhassa isteğe bağlı medya dünyada olduğu gibi Türkiye'de de geniş kitlelerce yoğun ilgi görmektedir. Kültür taşıyıcısı ve oluşturucusu olan medyada isteğe bağlı medyanın başat role geçtiği ve medyanın etkisini en çok gençler üzerinde gösterdiği dikkate alındığında konunun önemi daha iyi anlaşılmaktadır.

1.1. Problem

Bu çalışmada günümüz medyasının en önemli unsurlarından biri olan isteğe bağlı yayınlarda içerik denetiminin ne olduğu ve gerek dünyada gerek ülkemizde hangi kanuni

düzenlemelerle gerçekleştirildiği konusu ana problem olarak belirlenmiştir. Bu problemlere cevap bulmak adına önemli görülen alt problemler şu şekilde aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Medyanın işlevlerinin neler olduğu
- İsteğe bağlı yayın kavramının ne olduğu
- Medyada içerik ve içerik denetiminin ne olduğu

1.2. Amaç

Çalışmanın amacı dünyada ve ülkemizde isteğe bağlı medyayı konu alan düzenlemeleri analiz etmek, bunu yaparken medya, isteğe bağlı medya, içerik ve denetim kavramlarını açıklamak olarak belirlenmiştir.

1.3. Önem

Medya toplumda her zaman önemli ve etkisi yüksek bir güç olarak yerini almıştır. Toplumu sosyal anlamda pek çok yönden etkilediği gibi ticari anlamda da birçok aktörün yer aldığı büyük ve karmaşık bir sektördür. Televizyon başta olmak üzere tüm kitle araçlarının yaygınlaşması devletleri medya alanında kanuni düzenlemeler yapmaya sevk etmiştir. Gelişen teknoloji ile beraber medya da çağın imkanları çerçevesinde gelişmiş ve değişmiştir. Bu değişim hukuki mevzuatın da güncelleştirilmesini gerektirmiştir. Türk hukukunun güncel gelişmelere uyum sağlaması açısından Avrupa ve İngiltere hukukunda isteğe bağlı medya ile ilgili düzenlemelerin araştırılması önemli görülmüş ve gelecekte oluşturulabilecek mevzuat için kaynak niteliği taşıyabileceği umulmuştur.

1.4. Sınırlılıklar

Çalışma kapsamında sadece internet üzerinden yapılan isteğe bağlı yayın hizmetleri ele alınmış ve isteğe bağlı yayın hizmetlerine ilişkin içerik kavramı hakkındaki kanuni düzenleme incelenmiştir. Yayın teknikleri, tanıtımları veya pazarlanmaları gibi hususların denetimi kapsam dışında bırakılmıştır. İçerik denetimi ile ilgili kanuni düzenlemeler ise sadece Türkiye İngiltere ve AB açısından ele alınmıştır. AB mevzuatının incelenmesi 2010/13/AB sayılı Görsel – İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi ile, Türk hukuku mevzuatı 6112 sayılı Kanun ve 30849 sayılı Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik ile ve İngiltere mevzuatı ise OFCOM Yayıncılık Kanunu ile sınırlı tutulmuştur.

1.5. Tanımlar

İsteğe Bağlı Medya: Kişilerin internet üzerinden sunulan kataloglardaki film, dizi,

belgesel gibi yapımlara diledikleri yerde diledikleri zamanda ulaşmalarına imkan veren içerikler bütünü.

İsteğe Bağlı Medya Platformu: İsteğe bağlı yayın hizmeti sunan yayıncı kuruluşlar. (Netflix, Amazon Prime Video, Exxen, Puhu TV gibi)

İçerik: Genel olarak gazete, dergi ya da televizyon gibi geleneksel medya araçlarında özel olarak ise isteğe bağlı medyada yer alan tüm resim, yazı, video, film, dizi, belgesel, haber bülteni gibi sözlü, yazılı, görsel veya işitsel anlamlı ileti.

BÖLÜM 2

2. YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel araştırma, konu edinilen probleme yönelik sorgulayan, yorumlayan, problemi çevreleyen şartları aydınlatmaya çalışan bir yöntemdir. Nitel araştırmanın omurgasını belirlenen problemin cevabına yönelik olarak gerçekleştirilen doküman analizi, gözlem ve görüşme gibi nitel veri toplama yöntemleri oluşturur. Çalışma için belirlenen nitel araştırma yöntemi doküman analizidir. Doküman analizi ile yazılı belgeler taranır ve probleme ilişkin verileri içeren kısımlardan bir veri havuzu elde edilir. Elde edilen veriler problemi çözümlemeye yönelik şekilde tasnif edilerek problem ile cevapların anlamlandırılması ve anlaşılması sağlanır (Kıral, 2020). Çalışma için basılı ve dijital kaynaklar ile yerli ve yabancı mevzuatlar incelenerek yorumlama yapılmıştır. Çalışma bu hâliyle nitel bir araştırma olmakla beraber sınırlı ölçüde nicel veri de içermektedir.

2.1. Araştırmanın Modeli

Nitel araştırma ile hazırlanan bu çalışmada, isteğe bağlı medya kavramının, AB tarafından çıkarılan Görsel – İşitsel Medya Hizmetleri Direktifinin, 6112 sayılı Kanunun, 30849 sayılı Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik'in, OFCOM Yayıncılık Kanunu'nun incelenmesi bakımından tarama modellerinden genel tarama modeli kullanılmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini internet ortamından yapılan isteğe bağlı yayınlar, örneklemini ise Türk hukuku, AB hukuku ve İngiltere hukuku oluşturmaktadır.

2.3. Verilerin Toplanması

Çalışmanın veri toplama aşamasında kaynak tarama yöntemi ve doküman analizi yöntemleri kullanılmıştır. Kaynak tarama yöntemi ile basılı şekilde veya internette dijital halde bulunan kaynaklar araştırılmıştır. Bu kaynaklar arasında kitap, dergi, Ulusal Tez Merkezi veri tabanında bulunan tez ve makaleler, yerli ve yabancı hukuk metinleri, bağımsız yazarlar tarafından hazırlanmış internet makaleleri ve bazı internet sitelerinden alınmış veriler yer almaktadır. Çalışmada doküman analizi yöntemi takip edilmiştir.

2.4. Verilerin Çözümlenmesi

Çalışmanın amacına yönelik kaynaklar taranarak çalışmanın konusunu oluşturan problem ve alt problemler hakkında içerdikleri bilgilere göre ayrılmıştır. Bir veri havuzu

oluşturulduktan sonra çalışmanın planlı çerçevesinde tanımlama, açıklama, bilgi aktarımı ve yorumlama yöntemleri ile veriler çalışmanın kapsadığı problemleri cevaplayacak şekilde anlamlı bir bütün haline getirilmiştir. Oluşturulan kompozisyondan bazı sonuç ve önerilere varılmıştır.

BÖLÜM 3

3. İSTEĞE BAĞLI YAYIN HİZMETLERİ KAVRAMI VE MEDYADAKİ YERİ

Hızla değişen ve dönüşen dünyanın en önemli unsurlarından biri olan medya da bu değişim ve dönüşümden payını almıştır. Gerek teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması gerekse bu teknolojileri kullanan ve teknolojiler aracılığıyla içerik üretenlerin sayısının artmasıyla konu incelemeye değer bir noktaya gelmiştir. İsteğe bağlı yayın hizmetleri de bu değişimin son yıllardaki en parlak ögesi konumundadır. Bu bölümde konu ile ilgili bazı kavramlar açıklanacak ve ele alınacaktır.

3.1. Medya Kelimesinin Kökeni, Medya Kavramı ve Kapsamı

İngilizce "media" kelimesi köken olarak Latince "medium" kelimesinin çoğuludur. "Orta, ara, merkez" anlamına gelen "medius" kelimesinden türeyen "medium" kelimesinin ıstılahî anlamı "aradaki şey, araç, aracı kurum, temsilci, iletişimi sağlayan kişi" ve "Bir kişinin durumu, ahvali" şeklinde belirtilmiştir. Bu durumda "media" kelimesinin temel anlamı "araçlar, aracılar" olmaktadır(Nişanyan Sözlük, t.y.). "Medya kelimesinin "basılı yayın" anlamındaki kullanımı ise ilk defa 1700'lü yılların sonunda ortaya çıkmıştır(Etymonline Dictionary, t.y.).

Günümüz Türkçesinde dar anlamda gazete, dergi, radyo, televizyon ve sair kitle iletişim araçlarını ifade etmek için kullanılan "medya" kavramı da İngilizce "kitle iletişimi" anlamına gelen "mass media" kavramının kısaltılmasıyla elde edilmiştir. Bilindiği üzere kitle iletişimi bir mesajın veya bilginin kitle iletişim araçları ile çok sayıda kişiye aynı anda ve çok kısa süre içinde aktarılması işidir (Aslanel, 1993). Kitle iletişim bağlamında medya, bilgi ve mesajların bir araya getirildiği, kayıt altına alınıp muhafaza edildiği ve ilgililere aktarıldığı mecraları ve araçları ifade etmekte kullanılır. Bu çalışmada da kavram birliğini ve bütünlüğünü sağlamak adına kitle iletişim araçlarını ifade etmek üzere "medya araçları" kavramı kullanılmıştır.

Dikkat etmek gerekir ki Türkçe'nin gündelik kullanımında medya kelimesi ile kastedilen medya araçlarının kendileri değildir. Burada benzetme söz konusu olmadan, iç-dış ilişkisinden hareketle "araç" anlamındaki "medya" kelimesi kullanılarak mecazen "medya içeriği" kastedilmektedir. İzleyicilerin televizyondaki görüntüleri seyrettiklerini "televizyon" seyrettiklerini söyleyerek veya okuyucuların gazetedeki haberleri okuduklarını "gazete" okuduklarını söyleyerek ifade etmeleri bu kullanım şekline örnek verilebilir.

Geniş anlamda medya kavramı ise genel olarak bilgisayar, internet ve özel olarak GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD gibi teknolojilerin gelişmesine bağlı olarak bünyesinde yeni medya ve sosyal medya başlıkları altında sayısız alt başlığı ve unsuru barındırır hale gelmiştir. Yeni medya kavramı asıl olarak "bir ağ aracılığıyla dağıtılan" anlamında kullanılmaktadır (Kürkçü, 2015). Elektronik posta, video konferans gibi tekniklerin yanı sıra her ne kadar akıllı telefon ve internet teknolojilerinin gölgesinde kalarak kullanımı azalmış olsa da videotekst, teletekst, kelime işlemcileri gibi birçok tekniğin yeni medya kavramı içinde yer aldığı kabul edilmektedir. Sosyal medya kavramı da bireylerin ürettikleri görsel veya yazılı içerikleri kendileri ile aynı veya benzer ilgi alanlarına sahip kişilere aktardıkları her türlü platform olarak tanımlanabilir. Medya kavramının ne kadar geniş olduğu yalnızca geleneksel gazeteciliğin dahi ağ günlüğü gazeteciliği (blog), video ağ günlüğü gazeteciliği (Vlog), fotoğraf ağ günlüğü gazeteciliği (photoblog), mobil ağ günlüğü gazeteciliği (moblog), podcast gazeteciliği gibi türlerle dönüşmesi ve ayrışması ile anlaşılmaya çalışılabilir. Aynı şekilde geleneksel televizyon yayıncılığının da kablolu televizyon, uydu yayıncılığı, internet televizyonları, interaktif televizyon, video paylaşım sitelerinden yapılan yayınlar gibi türlere ayrılması da konuya verilebilecek bir başka örnektir.

İnternetin kendisi teknik anlamda bir medya aracı olmadığını belirtmek gerekir. İnterneti yeni bir medya aracı olarak ele alan araştırmacılar olsa da (Yüzer, 2012) internet kişiler arasındaki bilgi alışverişi ve iletişimi dünya üzerinde bulunan sayısız bilgisayar ve diğer aygıtlar vasıtasıyla sağlayan, bunları birbirine bağlayan elektronik ve sayısal bir ağdır(Aktaş, 2007). İnternet siteleri ise bu ağ ortamında yer alan ve arayüzler aracılığı ile erişilen sayfalardır. İnternet sitelerinin sayfalarında bilgisayar teknolojilerinin sağladığı imkânlarla belli metinler, görseller ve videolar bir araya getirilebilmektedir. Tıpkı klasik gazete, dergi sayfalarında veya televizyon ekranlarında olduğu gibi belli konu ve anlam bütünlüğü içerisinde bir araya getirilen malzemeler ise internet gazetelerini (online newspaper/electronic news publication), internet dergilerini (online magazine) veya internet televizyonlarını oluşturmaktadır.

İnternet hakkındaki bu ayırımın önemi isteğe bağlı yayın hizmetlerinin internet üzerinden sağlanması noktasındadır ki aşağıda Yönetmelik olarak anılacak olan ve yaygın olarak "İsteğe Bağlı Yayın Yönetmeliği" şeklinde atıfta bulunulan 01.08.2019 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 30849 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan "Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik"in 1inci maddesinde de yönetmeliğin amacı "…isteğe bağlı yayın hizmetlerinin *internet ortamından*

sunumuna…ilişkin usul ve esasları belirlemek" olarak ifade edilmiştir. Böyle bir düzenleme yapma ihtiyacı isteğe bağlı yayın hizmetlerinin kullanılabilmesi için internetin teknik bir zorunluluk olması, internetin karasal yayın, kablolu yayın ya da uydu yayınına kıyasla yayıncılığı çok büyük ölçüde kolaylaştırması, akıllı telefonlar aracılığıyla da internete erişilebildiğinden isteğe bağlı yayınların her an izlenebilmesi suretiyle yaygınlaşma gibi birçok farklı sebebe dayanır. Ayrı mevzuatlarla düzenlenen karasal yayın, kablolu yayın ve uydu yayını ile bu yayınlar üzerinden sağlanan isteğe bağlı yayın hizmetleri ise çalışmanın kapsamı dışındadır.

3.2. Medya Araçlarının İşlevleri ve Kullanım Amaçları

Bilindiği üzere matbaanın icadıyla yazılı eserlerin kolayca çoğaltılması imkanı doğmuş ve bu imkan günden güne gelişmiştir. 17nci yüzyılın ortalarında doğan gazetecilik ve aynı yüzyılın sonuna doğru gelişen dergicilik faaliyetleri insanların gazete ve dergilerdeki içeriklere yaygın şekilde ulaşabilmesine imkan sağlamıştır. İlk başlarda mevcut bilgilerin yazı yoluyla çoğaltılması ve paylaşılması, bu suretle geniş kitlelerce erişilebilmesini sağlayan gazete ve dergi yayıncılığı zaman içerisinde propaganda, reklamcılık gibi farklı amaçlarla da gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Gelişmiş toplumlarda medya araçlarının birçok amacı ve işlevi bulunmaktadır. Fakat tüm bu amaç ve işlevlerin temelinde yukarıda da belirtildiği üzere medya araçlarının aynı mesaj ve içeriği çok sayıda insana hızlı şekilde ulaştırması yatmaktadır. Başka deyişle daha karmaşık olan tüm işlev ve amaçlara bu en temel amaç üzerinden ulaşılabilmektedir.

Birbirinden farklı bu amaç ve işlevler genel başlıklar altında toplanarak sayılabilir. Bu başlıklar UNESCO tarafından hazırlanan İletişim ve Toplum raporunda belirtildiği üzere toplumsallaştırma, bütünleştirme, haber ve bilgi sağlama, belli konularda motivasyon sağlama, eğitim, kültürel gelişim ve nihayet eğlendirmedir (Uslu, 2011). Farklı çalışmalarda bunlara ilaveten doğrudan ya da dolaylı kâr sağlama, kamuoyu oluşturma, gözetleme, eşgüdüm, kuşaklar arası aktarım gibi başlıklar da eklemiştir (Uslu, 2011).

Zikredilen tüm amaçlar hakkında detaylı bilgiler toplanabilecek ve uzun yorumlar yapılabilecek ise de bu çalışmanın kapsamı doğrultusunda dört amaç üzerinde durmak gerekir. Bunlar medya araçlarının toplumsallaştırma, bütünleştirme ve eğlendirme işlevleri ile ekonomik işlevidir.

3.2.1. Toplumsallaştırma İşlevi

Medya araçlarının toplumsallaştırma işlevi kültürel ve manevi değerleri yaygınlaştırılması şeklinde özetlenebilir. Toplumsal bir varlık olan insan edindiği kültürel ve manevi değerlerle içinde bulunduğu topluma uyum sağlar ve orada varlığını sürdürür. Medya araçları ile yayılan değerler bireyler tarafından öğrenilip benimsendikçe bu değerler genel kabule uygun hale gelir ve toplumsallaşır.

Diğer yönüyle de medya araçları insanın kendine uygun insanca davranışları öğrenme ve toplum içindeki yerini alma sürecinde büyük etkiye sahiptir. Bu süreçte düşünceyi yönlendiren norm ve değerler, örnek kimselerin tanıtımı, yaşamı kolaylaştıran düşünce ve davranış şekillerinin aktarımı, sosyal sistemin sürekliliğinin korunması medya araçları ile yakından ilgilidir (Uslu, 2011).

Medya araçlarının toplumsallaştırıcı işlevi günümüzde öylesine yoğun ve hızlıdır ki yakın zaman önce toplumda ayıplanan ve kınanan ahlaksızlık ya da şiddetin meşrulaşması, insanların toplumun değer ölçütlerine yabancılaştırılması bilimsel çalışmalarda dahi yerini almıştır (Çevirir, 1995).

Bu nedenle medya araçları vasıtasıyla toplumsallaştırılan değer ve mesajların mevcut diğer değerlerle uyumlu olup olmaması ya da bu değerleri bozucu veya geçersiz hale getirici nitelikte olup olmaması toplumsal değerler bütünlüğü açısından büyük önem arz eder. Zira bir toplumun bütünlüğü o toplumda yaşayan bireylerin birbirleriyle olan uyumuyla ilgilidir ki bahsedilen değerler ne kadar çok birey tarafından kabul edilir ve benimsenirse bireyler arasındaki uyum o kadar yüksek olur. Bu durum beraberinde toplumsal uyum ve uzlaşıyı getirir.

3.2.2. Bütünleştirme İşlevi

Medya araçları ile yayılan mesajların yoğun bir etkisi vardır. Bu mesajların bireysel etkilerinden öte toplu etkisi daha dikkate şayandır. Çağdaş toplumlarda medya araçları ürettikleri düşünce, değer, inanç ve semboller aracılığıyla bir toplum dokusu oluşturur, toplumda ortak bir anlam haritası çizer ve bu sayede topluma bir bütünlük kazandırır. Tabi ki bu sadece medya araçları ile üretilen kültür ürünleri çerçevesinde oluşmuş bir bütünlüktür. Yoksa ki toplumun tek bütünleştirici unsurunun medya araçları olduğu söylenemez (Bulgu, 1995).

Medya araçlarının toplumun yetişkin bireyleri arasındaki bütünleştirici işlevi kadar - hatta belki bundan daha da önemli olan- gençler arasında oynadığı bütünleştirici roldür. Çünkü gençler medya ve özellikle yeni medya ile daha yoğun ilişki içindedirler. Bunun yanı sıra gençler yetişkinlere nazaran medya araçlarının ve bu araçlarla üretilen kültürün etkisine daha açıktırlar.

Çocuklar çoğunlukla medya araçlarındaki şiddet, gerilim, macera türü içerikleri takip etmektedirler. Kitle iletişim araçları da çocukların ilgisini körükleyecek yoğunlukta bu tür içeriklerle donatılmış durumdadır(Bulgu, 1995).

"Bugün kitle iletişim araçlarının şiddet, cinsellik ve pornografik nitelikli yayınlarla gençlere bir anlam haritası çizdiği söylenebilir." (Bulgu, 1995).

Sadece bir toplumun kendi içinde bütünleşmesine değil, aynı zamanda birbirlerinin koşullarından medya araçları vasıtasıyla haberdar olan farklı toplumların da birbirlerine yakınlaşmaları da bu başlık altında değerlendirilebilir (Uslu, 2011).

3.2.3. Eğlendirme İşlevi

Başlangıçta iletişim ve haberleşme amacıyla kullanılan medya araçları bakımından eğlencenin yardımcı bir unsur olduğu söylenebilir. Ancak günümüzde medya araçlarının belki de en yaygın kullanım amacı eğlencedir. Esasen bu işlev beraberinde oyalanmayı da getirmektedir. Burada eğlence ve oyalanma arasındaki fark aktif-pasif ekseninde ele alınabilir. Eğlenme kendisine yönelenmiş aktif bir amaç iken; oyalanma amaç yokluğu neticesinde ortaya çıkan, kendisini amaç olarak dayatan pasif bir durumdur. Her iki durumda da medya araçları sayesinde hoşça vakit geçirebilmek mümkündür.

Eğlencenin medya araçları ile gerçekleştirilebiliyor olmasında bu araçların yaygınlığı ve ucuz erişilebilir olmalarının etkisi büyüktür. Televizyonun uzun zamandır her gelir grubuna hitap ettiği bilinmekle beraber internet de gelişmiş altyapı sayesinde pek çok kimsenin erişimine açık hale gelmiştir. İnternete doğrudan erişimi olmayan kişiler dahi kütüphane, okul, kafe gibi kamusal ve ticari alanlarda bu imkânı bulabilmektedirler.

Başta televizyon olmak üzere medyanın en yoğun eleştiriye maruz kaldığı nokta da eğlendirme işlevi üzerinden gerçekleşmektedir. Eleştirilerin haklılığı ve ya haksızlığı çalışmanın konusu dahilinde değildir. Fakat bu eğlendirici işlevin medya açısından ne kadar büyük önem taşıdığı yöneltilen eleştirilerin yoğunluğundan yola çıkılarak kolayca anlaşılabilir.

Neil Postman tarafından dile getirilen ve bu eleştirileri genel olarak özetleyen en meşhur ifade sorunun televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır(Postman, 2020). Eğlence televizyonun en büyük amacı ve "her türlü söylemin üst ideolojisi" haline gelmiştir (Uslu, 2011). Neyin gösterildiği değil gösterilenin haz verip vermediği önemli hale gelmiştir. Haber programları dahi eğitim ve düşünce çerçevesinden çıkmıştır. İyi görüntülü muhabirler, sunucular, haberlerin arasında verilen reklamlar, programın açılış ve kapanışındaki etkileyici müzikler ve canlı yayınlar bu eğlenceye dahildir. Her görüntüye eşlik ettiği gibi haber programlarına dahi eşlik eden müzik, programın haber verme işlevini geri plana atmakta, programları çekici kılmakta ve izleyicileri istenilen duygulara sevk etmektedir. Yine Postman'a göre haber programlarına müzik konmasının sebebi tiyatro oyunu ve sinema filmlerinde olduğu gibi en dehşet verici, belki de izleyicinin yaşamını etkileyecek haberlerin dahi ciddi biçimde kaygılanacak bir şeyler olmadığı hissini sağlamak, aslında aktarılan haberlerin gerçeklikle ilgisinin bir oyundaki sahnelerden farksız olduğuna izleyiciyi inandırmaktır (Postman, 2020).

Genel olarak bu tür eleştiriler modern toplumun medya araçlarının bilgilendirme işlevlerini ikinci planda bırakarak eğlenceye ve içerikten yoksun enformasyona ağırlık verdiği noktasına toplanmıştır. Medya araçlarının sunduğu gerçek olmayan dünyanın insanları yanılttığı, düşünme yeteneğini körelttiğini, iletişim bombardımanı ortasında kendisine ve topluma ilgisiz hale getirildiği ifade edilmiştir (Çevirir, 1995).

3.2.4. Ekonomik İşlevi

Medya araçlarının ekonomik işlevinden iki yönlü bahsedilebilir. Bunların ilki doğrudan ve ya dolaylı olarak kâr sağlamaya yönelik işlevlerdir (Uslu, 2011). Diğeri ise medyanın ekonomiyi etkileyen hatta zaman zaman ekonomiye yön veren işlevlerdir (Dai, 2014).

Medya işletmeleri tarihsel süreç içinde önemli gelişmeler göstererek büyük birer endüstri kuruluşu haline gelmiş ve çok ortaklı sermaye yapısına kavuşmuştur (Dai, 2014). Bu açıdan ele alındığında doğal olarak diğer her ticari kuruluş gibi kâr amaçlı çalışmaktadır. Gerek medya araçlarının oluşumu, işleyişi ve varlığını devam ettirebilmesi, gerek medya araçlarındaki içerikleri üreten kişilerin yaşamını idame ettirebilmesi günün sonunda elde edilmesi gereken kâra bağlıdır. Başka deyişle bir medya aracı temel olarak kâr yapma amacı ile değil de kamuoyu oluşturma, propaganda yapma veya başka bir amaçla kurulmuş olsa bile ekonomik zorunluluklar çerçevesinde yayın hayatında kalabilecektir.

En temelde medya araçları birer iletişim aracıdır. Bazı mesajlar üretir, bu mesajları dağıtır ve üretip dağıttığı mesajları satar. Medya araçları için en bilinen kâr yapma yolu reklam yayınıdır. Medya araçları ile amaçlanan reklamcılara satış yapabilmek adına tüketiciyi baştan çıkartmaktır. Bunun için de medya araçlarının taşıdığı mesajlar ile reklamlar için uygun bir çevre yaratmaya çalışılır (Aytekin, 2016).

Bununla beraber medya araçları ticari çıkarları koruyarak, ticari konularda algı oluşturarak, ticari rakiplere karşı kullanılarak, pazarlama, satış ve promosyon faaliyetlerine yer vererek veya yeni medya araçlarında olduğu gibi veri toplayarak ve bunları ticari amaçlı kullanarak da ekonomik işlevler gerçekleştirir.

Medyaya yoğun eleştiriler getirilen bir diğer nokta da bu ekonomik işlevler ile alakalıdır. Burada sorun medya araçları vasıtası ile kazanç elde edilmesi değil; toplum üzerinde böylesine büyük bir güce sahip olan ve bu güce sahip olmak hasebiyle topluma karşı bir sorumluluğu bulunan medyanın kâr amacını diğer tüm amaçların önüne koyması, T. Adorno (1903-1969) ve M. Horkheimer'ın (1895-1973) ifadesiyle kültür ve sanatı dahi metalaştırarak ekonomik amaçlarlar özlerinden ayırmasıdır (Yumrukuz, 2016).

Konu hakkında en çok incelemede bulunan düşünürlerden Guy Debord da "Gösteri Toplumu" adlı eserinde kapitalizmle şekillenen tüketim ilişkilerinin bir gösteri biçimi yarattığını iddia etmiş, medya araçlarını "gösteri"nin "en ezici yüzeysel tezahürü" olarak tanımlamış, (Debord, 2010) bu gösterinin genel olarak yaşayan her şeyi bir temsile dönüştürdüğünü, insanı hakikat arayışından uzaklaştırdığını, yanlış ve sahtenin "doğru" olarak algılanmasına sebep olduğunu, bu şekilde yoğun tüketim propagandası yapan medyanın alelade ürünleri dahi büyüleyici şekilde sunarak bir tatmin aldatmacası doğurduğunu, gösteride büyüleyici olan nesnenin tüketicinin evine girer girmez bayağılaştığını, fakat o ana kadar sistemin doğrulanmasını bir başka nesnenin hemen üstlenebildiğini, nihayet reklamın her yeni yalanı aynı zamanda bir önceki yalanın ikrarı olduğunu belirtmiştir (Debord, 2010).

3.3. İsteğe Bağlı Yayın Kavramı

İsteğe bağlı yayın kavramının teknik ve teknolojik gelişmelerle yaygınlığını ve etkinliğini artıran yeni medya kavramının içinde yer aldığı söylenebilir. İsteğe bağlı yayın kavramı İngilizce Video on Demand-VoD kavramından iktibas ile dilimize geçtiğinden önce VoD kavramını ele almak gerekir.

VCD, DVD veya benzeri geleneksel bir video oynatma cihazı ve sabit bir yayın akışı olmaksızın görsel içeriklere (videolara) kullanıcının istediği her an ulaşabilmesini, bu içerikler arasında kullanıcının dilediğini seçerek izlemesini sağlayan platformlar VoD platformu olarak tanımlanmıştır (Kurt, 2020). Buradan hareketle isteğe bağlı medyanın da en önemli ve belirleyici unsuru adından da anlaşılabileceği gibi seçilebilecek içeriğin ve içeriğin izleneceği vaktin izleyicinin isteğine bağlı olmasıdır. "İsteğe bağlılık" ile kastedilen izleme deneyiminin tamamen bireysel ve anlık olmasıdır. İstenilen içeriğe istenilen anda erişilebilmesi literatürde "lineer olmayan yayın" olarak tanımlanmıştır. Lineer yayından kasıt, geleneksel medya araçlarında olduğu gibi yayıncının önceden dakika dakika belirlenmiş bir program akışıyla yayına devam etmesi ve izleyicinin önceden belirlenmiş bu programın dışına çıkamamasıdır. Lineer yayınlarda izleyici pasif ve edilgen bir konumdadır. Lineer olmayan yayınlarda ise zamanlama ve hangi içeriğin tercih edileceği hususu izleyicinin kontrolündedir. Belirli bir akışa bağlı olmadan herhangi bir içeriğe istediği zamanda erişebilen izleyici etkin ve aktif bir konumdadır.

03.03.2011 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan ve aynı tarihte yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun da (Kanun) aynı doğrultuda isteğe bağlı yayın hizmetini, "*programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmeti*" olarak tanımlamıştır.

Kanun metninden de içeriğin izleyicinin seçtiği bir zamanda izlenebilmesi hususunun isteğe bağlı yayın hizmetlerinin ayırt edici özelliği olarak nazara verildiği anlaşılmaktadır. Yine geleneksel medyanın kitle anlayışından farklı olarak izleyici - Kanunun deyimiyle- "münferit isteği üzerine" bu içeriğe erişebilmektedir ki bu durum geleneksel medya içeriklerine erişim düzeneğinden alışık olduğumuz "belli saatlerde ekran başına toplanma" olgusunun tersidir. İsteğe bağlı yayında içeriğe erişme zamanını belirleyen taraf medya hizmet sağlayıcısı değil, içeriğe ulaşacak izleyicinin ta kendisidir. İzleyici zamandan, mekandan bağımsız olarak içeriğe erişimi sağlayabildiği her yerde isteğe bağlı yayın hizmetini alabilmektedir. Bu noktada isteğe bağlı yayın hizmetinden faydalanma sürecinde bireyselliğin son derece etkin olduğu söylenebilir. İsteğe bağlı yayın hizmetleri zihninde oluşturduğu her hayali fiziksel dünyada mümkün kılabilen, istediğin varlıkla istediği anda etkileşim kurabilen, maddeye tam anlamıyla hükmeden modern insanın medya aracıdır.

Kanunda isteğe bağlı yayın hizmetini tanımlanırken sektördeki farklı hizmet türlerinin var olduğu vurgulanmıştır. *"...İzlendiği veya dinlendiği..."* ifadesiyle video içerikleri sunan medya hizmet sağlayıcıları ile müzik veya sesli kitap gibi sadece işitsel içerikler sunan medya hizmet sağlayıcılar arasındaki fark belirginleştirilmiştir.

Yine de kullanıcı doğal olarak medya hizmet sağlayıcının kataloğundaki içeriklerle sınırlıdır. En geniş içeriğe sahip platformlar dahi gerek telif hakları veya reyting gibi ekonomik sebeplerle gerek depolama alanı, belli bir görüntü ve ses kalitesi standardına sahip olma gibi teknik sebeplerle gerekse belli bir kullanıcı kitlesine hitap etmek gibi stratejik sebeplerle her içeriği kullanıcıya ulaştırmıyor olabilir. Bu durumda kullanıcı bir medya hizmet sağlayıcıda bulamadığı içeriği başka bir medya hizmet sağlayıcının isteğe bağlı yayın hizmetinde aramak durumunda olacaktır.

Kanun'da tanımlanan başka bir kavram da "internet ortamından isteğe bağlı yayın hizmeti"dir. Kanun bu kavramı "Bireysel iletişim hizmetleri dışında, programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak ve doğrudan veya koşullu erişim yoluyla internet ortamından izlendiği veya dinlendiği yayın hizmeti" olarak tanımlamıştır. İnternet ortamından isteğe bağlı yayın hizmeti ile isteğe bağlı yayın hizmeti tanımlarının arasındaki farkın internet ortamından isteğe bağlı yayın hizmetinde içeriklerin "doğrudan veya koşullu erişim yoluyla internet ortamından izlenmesi veya dinlenmesi" olarak belirtilmiştir. Burada kastedilen içeriğe sağlanan erişimin internet üzerinden olmasıdır. Çünkü kablolu yayınlar aracılığıyla da isteğe bağlı yayın hizmeti verilebilmektedir. İki hizmet arasında vurgulanan fark içeriğe erişim sırasında kullanılan teknik yöntemdir. "Doğrudan veya koşullu erişim" ifadesi ile de içerik erişimi için ücretli veya ücretsiz üyelik, kullanıcılar tarafından yeni kullanıcılara gönderilecek bir davetiye gibi şartlar aranıp aranmadığı kastedilmektedir. Buna göre doğrudan erişime imkan sağlayan yayın hizmetlerinin erişim için herhangi bir şart aramadığı, serbestçe erişime imkan tanıdığı anlaşılmaktadır.

3.3.1. İsteğe Bağlı Medya Hizmetlerinin Ortaya Çıkışı

19uncu yüzyılın ikinci yarısında radyo dalgalarının keşfini ve aynı yüzyılın sonunda bu dalgalarda radyo yayıncılığının başlamasını takiben 20inci yüzyılın başında da televizyon teknolojisi gelişmiş ve 21inci yüzyıla geçmeden televizyon yayıncılığı ve izleyiciliği dünya geneline yayılmıştır. 21inci yüzyılla beraber ses ve görüntü sinyallerinin yer vericilerinden elektromanyetik dalgalar yoluyla izleyicilerin alıcılarına ulaşması esasına dayanan karasal

analog yayıncılık yerini zamanla karasal sayısal yayına, uydu yayınına ve kablolu yayınına bırakmıştır (Rekabet Kurumu, 2017). İlk kablolu televizyon yayını 1949 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmıştır (Yıldırım, 2002). İlk yayın uydusu da 1974 yılında fırlatılmıştır (Yıldırım, 2002).

İsteğe bağlı yayın teknolojisi ise 1990'ların başında ortaya çıkmış ve daha o dönemde önemi fark edilmiştir. Aynı anda farklı içerikleri kullanıcıların istedikleri zaman diliminde sunabilmenin teknik olarak telefon kabloları aracılığıyla mümkün olabileceği fikri geliştirildikten sonra aşılması gereken temel sorunun bant genişliği ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Çünkü bakır telefon kablolarının bant genişliği, televizyon yayını için kullanılan sinyallerin bant genişliğinden çok daha azdır. Bu durum üzerine ses ve görüntü verilerini paketleyip sıkıştıran teknolojiler (MPEG compression, DCT coding) ile bakır kablolardan taşınabilen veri miktarını artıran teknolojiler (Asymmetric Digital Subscriber Line-ADSL) ortaya çıkmış ve isteğe bağlı yayın yapma imkânı doğmuştur (Lea, 1994).

Bu çerçevede geniş bant internet altyapısı vasıtasıyla yayın gerçekleştiren ilk IP TV 1998 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış ve bu tarihten itibaren Amerika ve diğer ülkelerde IP TV üzerinden yayın yapan kanal sayısı artmıştır. Hem telekomünikasyon hem de yayıncılık hizmeti niteliği taşıyan IP TV ile canlı yayınları naklen izlemek veya durdurmak (Live TV, Pause Live TV), yayınları gecikmeli olarak izlemek (Catch-Up TV), hizmet sağlayıcılarının içeriklerine ödeme yaparak erişebilmek (Pay Per view), kişisel içerik kaydı yapmak (Personel video recorder) mümkün hale gelmiştir (Rekabet Kurumu, 2017) .Çevrimiçi Vod platformlarının ilki 1997'de yayın hayatına başlayan IFilm olmuştur. En popüler VoD platformu Netflix ise 2006'da çevrimiçi akış üzerinden içerik sunmaya başlamıştır (Mert, 2021).

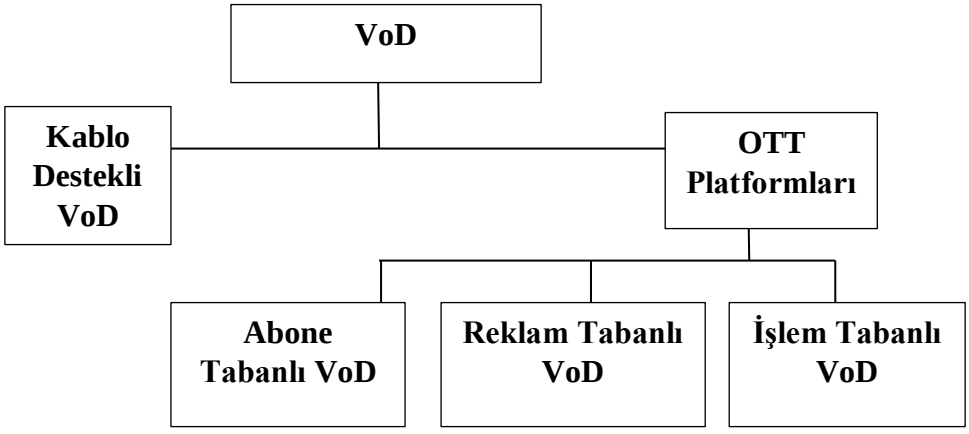
OTT hizmetlerinin (Over the top media service) ortaya çıkışı ile birlikte isteğe bağlı yayın türleri artmış ve daha yaygın hale gelmiştir. OTT herhangi içeriğin internet üzerinden son kullanıcıya ulaştırıldığı, elektronik haberleşme ve yayıncılık öğelerini belirten pek çok formattaki içeriğin internet üzerinden son kullanıcıya ulaştırıldığı, elektronik haberleşme ve yayıncılık öğelerini de içine alan geniş bir kavramdır (Altın, 2021). İsteğe bağlı yayıncılık anlamında OTT TV/video hizmetleri ise görsel-işitsel içeriğin, içeriğin kontrolünde ya da dağıtımında söz sahibi olan herhangi bir şebeke işletmecisi ya da internet servis sağlayıcısı (İSS) olmaksızın genişbant üzerinden dağıtılmasını ve içeriğin üçüncü/bağımsız bir taraftan gelip son kullanıcının cihazına ulaştırılmasını sağlar (Rekabet Kurumu, 2017). Başka bir

deyişle geleneksel iletim yöntemleri olan karasal vericiler, uydular, kablolu yayıncılık yerine videonun veya lineer televizyon yayınlarının internet üzerinden iletilmesini ifade eder (Altın, 2021). Geleneksel yöntemlerden sonra geldiği ve en son teknik olduğu için de 'en üstteki' anlamında *over the top* adını almıştır. Bu yöntem ile sadece içeriğe istenilen yer, zaman ve cihazdan ulaşılabilmesi sağlanmış olmakla kalmaz aynı zamanda altyapı işletmecilerinin son kullanıcıya sunulan hizmetler üzerinde kontrolü kalktığından tüketicinin içerik üzerindeki tasarrufu artmış olur.

Bazı kavramlar birbirlerine çok yakın hatta iç içe kavramsal karşılıklar içerdiklerinden zaman zaman birbirleri yerine kullanılabilmektedir. OTT ve VoD da bu türden kavramlardır. OTT türleri içerik izleme tercihlerine göre değişmektedir. VoD tarzı içerik erişim yöntemleri de OTT uygulaması olarak düşünülebilir. OTT'nin internet bağlantılı oluşu ve VoD'un 'istediğini istediğin zaman izle' anlayışı iki kavram arasındaki ince sınırı oluşturur. Kablo tv erişimlerinde de VoD erişimleri mümkün olduğundan kavramlar arasında Şekil 1'de gösterildiği gibi bir ilişkilendirme yapılabilir (Altın, 2021).

Şekil 1

VoD Kavramı ve Bazı Alt Kavramlar Arasındaki İlişki



Kaynak: Yazar

Abonelik tabanlı platformları kullanabilmek için servis sağlayıcı ile kullanıcının ücret karşılığında bir hizmet sözleşmesi yapması gerekirken reklam tabanlı platformlarda bir kullanıcı sözleşmesine ihtiyaç bulunmamaktadır. İşlem tabanlı platformlarda ise yine bir

hizmet sözleşmesi yoktur ancak içerikler ayrı ayrı ve tek tek ücret karşılığında hizmet sağlayıcı tarafından kullanıcının erişimine açılmaktadır.

Sonuç olarak OTT'nin ortaya çıkışı ile telefon, kablo TV, televizyon yayıncılığı, kablosuz teknolojiler gibi endüstri segmentleri arasındaki geleneksel sınırlar yok denecek kadar ortadan kalkmıştır (Rekabet Kurumu, 2017). Bununla beraber kullanıcıların geleneksel şekilde yayıncının belirlediği program akışını takip etme alışkanlığı, istenilen içeriğe istenilen anda ulaşılmasını sağlayan platformlar tarafından zayıflatılmıştır.

3.3.2. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Türkiye'de Gelişimi

1927'de Türkiye'de ilk radyo yayınının yapılmasından yıllar sonra 1952'de İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde televizyon ile ilgili çalışmalara başlanmış, bunu takiben 1958 yılında ilk yayın ve 1966 yılında da ilk canlı yayın gerçekleştirilmiştir (Çiçek, 2017). 1984 yılında renkli televizyon yayını başlamış, 1986 yılında ise TRT 2'nin yayın hayatına başlamasıyla tek kanal dönemi sona ermiştir. İlk özel yayın da 1989 yılında Magic Box Star 1 adlı kanal tarafından icra edilmiştir.

1999 yılında Uzan Grubu tarafından Star Digital ve Doğan Holding-Çukurova Grubu ortaklığı tarafından DigiTurk'un kurulmasıyla dijital yayıncılık başlamıştır. Türkiye'de ilk paralı yayın ise Avrupa ve Amerika Holding tarafından kurulan Cinedigital'e bağlı Cine 5 kanalı ile gerçekleştirilmiştir (Sümer, 2002).

Dünyada yaşanan IPTV konusundaki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de de özellikle 2008 yılından itibaren çalışmalara başlanıldığı görülmektedir. 2009 yılının Mart ayından itibaren bir buçuk yıllık bir deneme yayınından sonra IPTV Platform İşletmeciliği lisansıyla Türkiye'de ilk defa IPTV hizmeti 24 Eylül 2010 tarihinde TTNeT tarafından işletmeye alınmıştır (BTK, 2013). Bu yılda IP TV abone sayısı 51.000'den 175.000'e çıkmıştır. Yine aynı yıl kablo TV abonesi sayısının 1.380.000 dolaylarında olduğu belirtilmiştir (BTK, 2013).

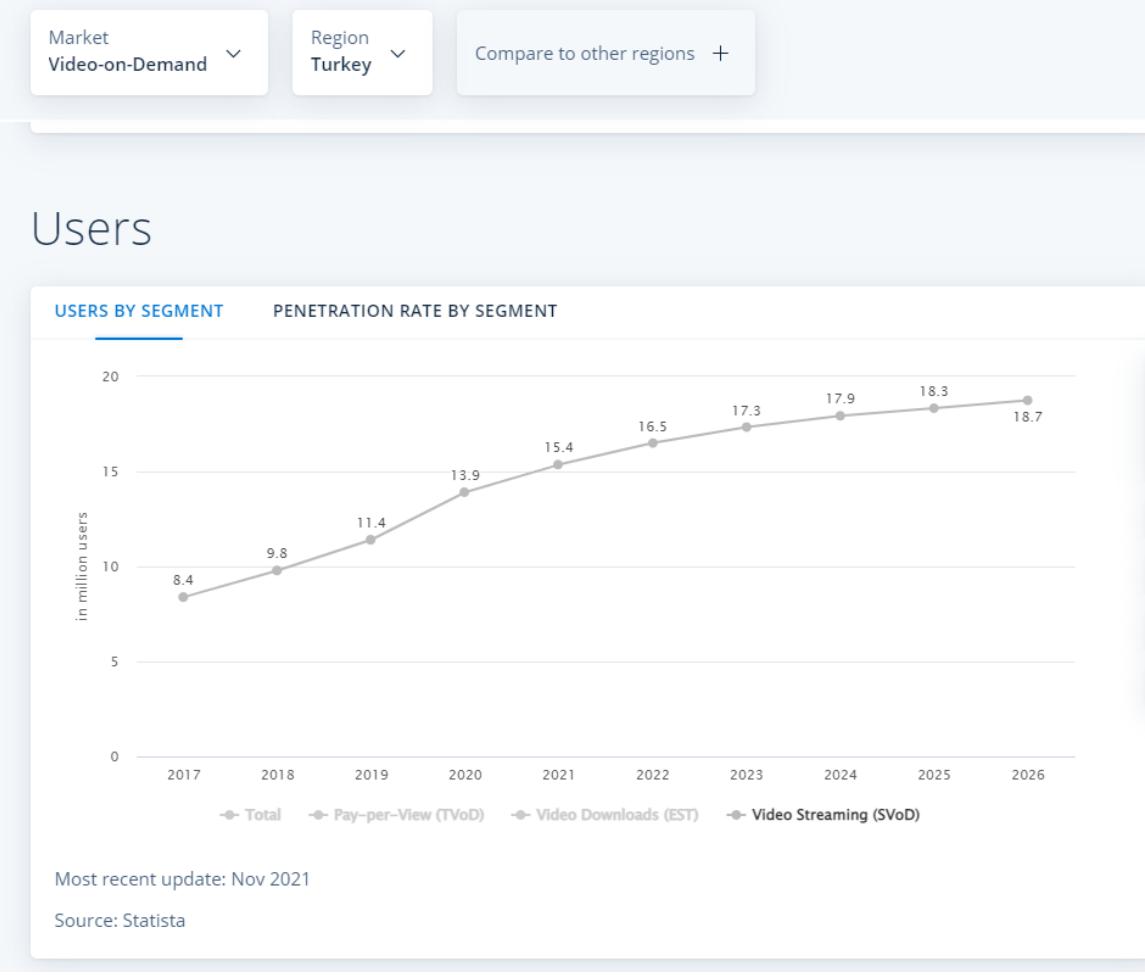
2016 yılında Netflix'in Türkiye'de hizmet vermeye başlaması (Brennan, 2018), Doğuş Yayın Grubu'na ait Puhu TV'nin ve Doğan Holding'e ait Blu TV'nin (Yalçındağ, 2021) yayına başlaması ile internet üzerinden isteğe bağlı yayın hizmetleri gelişmeye başlamıştır.

Covid-19 salgınının doğurduğu olağanüstü şartlar Netflix özelinde ve genel olarak tüm abone tabanlı platformlara yönelik talebin artmasına sebep olmuştur. 2020'de 3 ay

içinde 16 milyon yeni üyelik elde eden ve 2021'de toplam üye sayısı 209 milyona ulaşan Netflix Türkiye ile ilgili hususi veri paylaşmasa da bu veriler Türkiye'de abone tabanlı platformlara yönelik ilgide salgının etkisine işaret etmek adına anlamlıdır (Mert, 2020). Warner Bros. yöneticisi Jim Wuthrich de yeni eğlence trendlerini salgının ortaya çıkarmadığını, salgının hal-i hazırda mevcut olanların tanıtımına hız kazandırdığını belirtmiştir (Morgan, 2022). Şekil 2'deki verilerden Türkiye'de abone tabanlı platform kullanıcılarının sayısındaki artışa dair fikir edinilebilir.

Şekil 2

Türkiye'de abone tabanlı platform kullanıcılarının sayısındaki artış



Kaynak: https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/turkey#revenue Erişim Tarihi: 23.03.2022

İsteğe bağlı yayınların yaygınlığını izleyici veya abone sayısı ile değerlendirmek yetersiz olur. Yaygınlığın denklemini izleyici ve hizmet sağlayıcı beraber oluşturmaktadır. Bu

nedenle hizmet sağlayıcı sayısı da önemli bir veridir. 2022 Mart ayı itibariyle Türkiye'de 36 yayıncı kuruluş RTÜK tarafından verilen internet üzerinden isteğe bağlı yayın lisansına sahiptir (RTÜK, 2022).

3.4. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Geleneksel Medya Hizmetlerinden Farkı

En temel geleneksel medya araçları radyo, televizyon, gazete ve dergidir. Bu araçlar içeriklerine, işleyiş biçimlerine, yaygınlıklarına, kullanım alanlarına, hitap ettiği kitlelere ve daha birçok ölçüte göre birbirlerinden ayrışır. İçerik ve işleyişteki farklılık her birinin farklı takipçileri ve kitlesi olmasına sebep olur (Umar, 2019). Büyük ölçekte bakıldığında medyanın her bir ortamının özelliklerine göre sınıflandırmanın yararsız ve dahası imkansız olduğu bile düşünülebilir. Görsel ve metinsel içeriklerin dijital teknolojilerin sağladığı kolaylıklar sayesinde çok farklı varyasyonlarla bir araya getirilebilmesi, bu şekilde birbirine benzese de isimleri birbirinden faklı birçok ortamın doğması bu fikri desteklemektedir. Yeni medya büyük ölçüde teknik ve dijital bir bütünlük içinde ele alınabilecek durumdadır. Ancak çalışmanın konusu bakımından isteğe bağlı medya hizmetleri açısından kısa bir açıklama yapmak yerinde olacaktır. Bu bölümde isteğe bağlı medya hizmetlerinin sunulan içerikler dışında geleneksel medya hizmetlerinden ayrıştığı noktalar ele alınacaktır.

3.4.1. Yeni Medya Ögesi Olarak İsteğe Bağlı Yayın

İsteğe bağlı yayın hizmetleri yukarıda belirtildiği üzere yeni medya kavramı altında bir alt kavramıdır. Burada "yeni" ile ifade edilen "kullanıldığı döneme göre değişiklik gösterebilme" özelliğidir. "Yeni" somut ya da soyut bir şeye verilen, kalıcı bir isim değil, ismi niteleyen bir sıfattır. Yenilikler devam ettikçe yeni kavramı ile nitelenen kelime değişmese bile o kavram başka bir biçimde algılanmaya devam edecektir (Erkal, 2021). Hulasa "yeni medya" ile kastedilen bilimsel bir yenilik değil, sürekli dönüşüm ve yenilikçilik anlayışıdır. İsteğe bağlı yayın hizmetleri hem teknik hem içerik anlamında sürekli değişime ve dönüşüme açıktır. Geleneksel medya hizmetleri ise adından da anlaşıldığı üzere alışılagelmiş teknik özelliklere ve içeriklere sahiptir.

İsteğe bağlı medya hizmetleri "izleme eylemi" bakımından geleneksel medya ile benzerlik göstermektedir. Sosyal medyada değil; fakat isteğe bağlı yayınlarda iletişim büyük ölçüde geleneksel medyada olduğu gibi tek yanlı ve tek yönlüdür. Pek çok isteğe bağlı yayın hizmetinde sosyal medyada olduğu gibi içeriğe müdahale etme ve içerik hakkında yorumda bulunma mümkün olmamakla beraber içerik hakkında basit değerlendirmelere veya puanlama yapmaya imkan veren yapılar da bulunmaktadır.

Yayınların dijital olması ekranı "izlenen" bir cihazdan ziyade "kullanılan" bir cihaz olmaya yaklaştırır ve kullanıcının cihaz üzerinde daha fazla etkinlik kurmasına (interaktiflik) imkan sağlar (Sümer, 2022). Kontrol bu anlamda geleneksel medyada olduğu gibi yayıncıda değil, izleyicidedir. Çok katmanlı yayınlar sayesinde izleyicinin programı durdurması, yayınlarda açı değiştirebilmesi, dil seçenekleri arasında tercih yapabilmesi de izleme alışkanlıklarını doğrudan etkilemektedir (Sümer, 2022). Bu da beraberinde medya kullanımında bireyselleşmeyi getirmekte, içerik ile kullanıcıyı birbirine daha yakınlaştırmaktadır.

Kullanıcı ve ekran arasındaki bütünleşme beraberinde bireyselleşmeyi getirmektedir. Bireyselleştirme özelliği medyanın en temel işlevlerinden olan toplumsallaştırma işlevine taban tabana zıttır. Geleneksel medya içerik aracılığıyla mesajını kitlelere ulaştırırken yeni medya tek tek bireyler veya belirli gruplar için mesaj üretebilmekte ve kitleyi devre dışı bırakmaktadır (Aktaş, 2007).

İsteğe bağlı yayınların internet üzerinden dijital şekilde aktarılıyor olması ses ve görüntü kalitesini iyileştirmektedir. Yüksek kalitedeki ses ve görüntü izleyicinin daha çok ilgi duymasına ve ekran karşısında daha uzun vakit geçirmesine sebep olmaktadır. Nitekim kaliteli ve berrak bir görüntünün düşük çözünürlüklü ve bulanık bir görüntüden daha fazla dikkat çekeceği açıktır. Geleneksel medya ile isteğe bağlı yayınlar arasında içeriğin teknik kalitesi açısından belirgin bir rekabet bugün için bulunmamaktadır. Nitekim en yaygın geleneksel medya aracı olan televizyonda dahi 4K çözünürlükte yayınlar mevcuttur.

Dijital teknolojilere bağlı bir farklılık da geleneksel medya kullanıcı kitlesi ile isteğe bağlı yayın kullanıcılarının içerik sağlayıcılar tarafından takip edilebilmesi noktasında ortaya çıkar. Geleneksel medyada içeriğe kimin ulaştığı kabataslak ölçülebilirken isteğe bağlı yayınların dijital kanallarla izleyiciye ulaşması sebebiyle hangi içeriğin hangi izleyici tarafından izlendiği daha belirgin şekilde tespit edilebilir. Kullanıcıların profilini belirlemek, eğitim, yaş, cinsiyet durumlarına göre hangi içeriklerin kim tarafından daha seçilir olduğunu öğrenmek isteğe bağlı yayınlarda daha somut ve kolaydır (Aktaş, 2007).

3.4.2. Gelir Yöntemleri Açısından

Geleneksel medyanın en önemli gelir aracı şüphesiz reklamlardır. Ancak yeni medyanın yükselişiyle geleneksel medya işletmelerinin reklam gelirleri ciddi anlamda azalmış, medya tüketicilerinin sayıca bölünmesi nedeniyle internet ve dijital teknolojilerin olduğu yeni alanlarda geleneksel medya şirketleri zorlu rekabet şartlarıyla yüz yüze gelmiştir (Gürcan & Kumcuoğlu, 2017) . İsteğe bağlı yayınların internet üzerinden sunulması ve

dijital imkanların sağladığı "kullanıcıyı tanıma" özelliği reklamların kişiselleştirilmesine ve kullanıcıya özel hale getirilmesine imkan sağlamaktadır. Aynı içeriği izleyen kişiler geride bıraktıkları dijital izlere göre çalışan algoritmalar aracılığıyla farklı reklamlara muhatap olabilmektedirler. Bu nedenle reklam tabanlı isteğe bağlı yayın hizmetlerinde reklam hedeflemesi geleneksel medyadakine nazaran daha keskindir (Baranseli, 2012).

İsteğe bağlı yayın platformlarında en önemli gelir kaynaklarından biri ücretli abonelik sistemidir. Bu usulde kullanıcılar aylık veya yıllık sabit ücretler ödeyerek içeriklere ulaşabilmektedirler. Az rastlanmakla beraber geleneksel medyada da izleyicilere ücret karşılığı abonelik tesis edilmesi söz konusudur. Ancak zaman içinde geleneksel medya kuruluşları bu yöndeki eğilimlerini azaltmışlardır.

Bazı isteğe bağlı yayın platformlarında ise reklam ve abonelik beraber bir arada olduğu gibi ikisinden birinin tercih edilmesi kullanıcıya da bırakılabilmektedir. Bu durumda izleyici ya belli bir ücret karşılığında abone olarak platformdaki reklamları izlememeyi tercih edecek veya ücretsiz abone olarak erişime sunulan içeriklerden önce veya içeriğin yayını sırasında verilen zorunlu reklamları izleyecektir.

Telif hakları da başka önemli bir gelir kalemi olarak değerlendirilebilir. Medya işletmeleri yayınladıkları içeriklerin veya yayınlamasalar bile sahip oldukları eser telif haklarını diğer yayıncı kuruluşlara veya içerik sağlayıcılara satarak ya da kiralayarak gelir elde edebilmektedirler.

Gelir yöntemleri birbirlerinden farklı olsa da televizyon yayıncılığı ile iştigal eden geleneksel medya şirketleri enformasyon ve eğlence hizmetleri bakımından büyük ve köklü tecrübelere sahiptir ki bu tecrübeler yeni medya şirketleri açısından çok önemlidir. Yayıncılıkla ilgilenen yeni medya şirketleri bazı teknik değişiklikler dışında mantık olarak aynı yapı üzerinde şekillenmektedir. Bu nedenle geleneksel medya şirketleri ile yeni medya şirketleri arasında hisse satın alma ve şirket birleşmesi gibi ekonomik çıkar merkezli işlemler de olabilmektedir (Sümer, 2022).

BÖLÜM 4

4. MEDYADA İÇERİK VE İÇERİK DENETİMİ

Araç olan medya taşıdığı içerikle anlamlanmakta ve izleyicisi için bu taşıdığı anlam bütünü üzerinden şekillenen karakteriyle bir değere, bazen bir markaya hatta bazen bir kimlik tanımına dönüşmektedir. Spor müsabakalarındaki taraftarlıklarda olduğu gibi, belli bir diziye duyulan hayranlık bir grubu bir araya getirebildiği gibi belli bir yayın organında sunulan haberler bülteni diğer yayın organında sunulan haber bülteninin karşıt argümanlarını taşıyor olabilir. İşte medyanın karakterini inşa eden bu içerik izleyicisi için pozitif veya nötr bir anlam ve değer taşıyabilecekken negatif bir anlam veya değer de taşıyabilir. İzleyicinin içeriğin olumsuz etkisinden korunması konusu zaman içinde kamu gücünün kendine biçtiği bir göreve dönüşmüş ve ortaya içeriğin denetlenmesi meselesi çıkmıştır.

4.1. Medyada İçerik

Teknik anlamda medya içeriği bir medya aracında yer alan bilgi, görsel, yazı ve benzeri unsurların tamamına verilen addır (Cambridge Dictionary, t.y.). Bilgi çağıyla beraber içerik üretimi artmış ve adeta sanayi tipi bir seri üretim şekliyle sunulur hale gelmiştir. Web sitelerinden bloglara videolardan sosyal medya gönderilerine ve reklam kampanyalarına kadar her yazı veya görüntü medya içeriği sayılabilir. İçerikler "içerik üreticisi" adı verilen, amatör veya profesyonel olarak bu işe vakit ayıran kişiler tarafından düzenlenir, geliştirilir ve yayınlanır.

Günümüzde medya o kadar önemli bir konuma gelmiştir ki, gerek kullanım yaygınlığıyla gerek kendi içindeki sürekli devinimi ile bireylerin sosyokültürel, ekonomik ve politik meseleler hakkında bilgi edinmesini sağlayarak sürekli değişime sebep olmaktadır. Bu değişim bireylerin duygu, düşünce, inanç ve davranışlarını günlük hayatta önemli derecede etkiler hale gelmiştir. Bireyler gitgide daha fazla "medya içerik tüketicisi" haline getirilmektedir (Dursun, 2020).

İçerik ve izleyici birbirini sıkı şekilde etkilemektedir. İçerik bireylerin sosyal kültürel, siyasi bakış açılarını biçimlendirirken bir yandan da günlük yaşamın stresinden uzaklaştırabilmektedir. Bununla beraber içeriğin eğitici yanlarının olduğu durumlar da mevcuttur (Dursun, 2020). Özellikle görselliğin ve işitselliğin beraber sunulduğu medya araçlarında bu etki en üst düzeye ulaşmaktadır. Oluşturulan iletiler ve anlatım teknikleriyle toplumsal algı dahi etkilenebilmektedir. Bununla beraber içerik üreticileri de işin doğası gereği en çok tüketilecek içeriği üretebilmek için büyük bir yarışın içine girmektedir. Zira

görünür olabilmek, diğerlerine nazaran daha tercih edilir olmak bu güçlü rekabet ortamında ayakta kalabilmenin temel şartıdır. İzleyici değişip dönüştükçe içerik üreticiler de bu yeni izleyici kitlesinin beklentilerini karşılayacak, ilgisini çekebilecek içerikler üretme hususunda gayret sarf eder. Hatta bu gayret öylesine ileri bir noktaya taşınmıştır ki yaşa, cinsiyete, sosyoekonomik sınıflara, ilgi alanlarına ve çeşitli eğilimlere göre farklı farklı içerikler üretilmekte, çerçevelenmiş bu alanlardaki her bir içerik demeti için uygun kitleler aranmakta ve bulunmaktadır.

Reklamlar da medyada neredeyse içeriğin kendisi kadar büyük yer ve öneme sahiptir. Öyle ki bu önem halk arasında söylenegelen "Televizyondaki her dizi ve program, reklamların arasındaki boşlukları doldurmak içindir." ifadesinde vücut bulmuştur. Zira başta geleneksel medya araçları olmak üzere hemen hemen tüm medya kuruluşları reklamlar sayesinde gelir elde edebilmekte ve varlığını devam ettirebilmektedirler. Hatta sosyal medyada veya video paylaşım sitelerinde hesabı bulunan, kurumsal olmayan birçok bireysel içerik üreticisi dahi yer aldıkları platformların içerik görüntülenme sayısı ile orantılı olarak vadettikleri reklam gelirlerinden faydalanabilmek adına medya içeriği üretmektedirler.

4. 2. Geleneksel Medya Yayınları ve İsteğe Bağlı Yayınlarda İçeriğin Temel Farkları

Literatürde doğrudan isteğe bağlı yayınlar ve geleneksel medya yayınları arasındaki farklar ele alınmamış, bunun yerine yeni medya ve geleneksel medya arasındaki farklar üzerinde durulmuştur. Bu nedenle farklar doğal olarak "yeni medya unsuru olarak isteğe bağlı yayınlar" ve "geleneksel medya yayınları" karşılaştırılması üzerinden değerlendirilebilecektir.

Öncelikle belirtmek gerekir ki isteğe bağlı yayın kavramı içeriğin kendisi ile değil sunuluş şekliyle alakalıdır. Bu nedenle isteğe bağlı yayınlarda da geleneksel yayınlarda yer alan içeriklerin aynılarına yer verilebilir. Nitekim yayın iletim yetkisi bulunan Tivibu, D-Smart, Digitürk gibi platformlarda karasal yayın yapan televizyon kanallarının birçoğunun içerikleri "seç izle", "durdur izle" gibi imkânlarla kullanıcıya sunabilmektedir. Bu da geleneksel medyadaki içeriklerin tamamen aynılarının isteğe bağlı yayın hizmeti formatında da sunulabilmesi anlamına gelmektedir.

Geleneksel medyada "eşik bekçileri" olarak tabir edilebilecek yöneticiler hangi içeriğin geniş kitlelere iletilebileceğine karar verir. Bugün geleneksel medya olarak kabul edilen mecralarda medya içeriğini ve içeriğin sunum sırasına o yayın organının yöneticileri karar verir (Aktaş, 2007). İsteğe bağlı yayınlarda ise içeriği yine her ne kadar yayıncı kuruluş

belirlese de içerik yelpazesi geleneksel medyaya göre çok daha geniştir ve kullanıcı dilediği zaman diliminde sunulan içeriklerden dilediğine erişebilmektedir.

Yayıncı ve/veya yapımcının geleneksel medyada içeriğe müdahalesi bilinen bir gerçektir. İsteğe bağlı yayın içeriklerinin hazırlanmasındaki süreçte de kendini güçlü tarafta konumlandırabilen yayıncı, yapımcı, hizmet sağlayıcı, içerik üreticisi gibi öznelerden biri veya birkaçı içeriğin belirlenmesinde diğerlerinden daha fazla söz sahibi olabilir. Konuya en çarpıcı örnek olarak Netflix yapımlarında kadın ve erkek dışında kalan cinsel kimliklere yer ayırılması verilebilir. Kuruluş tarafından yayınlanan "Netflix Yapımlarında Kapsayıcılık" raporunun özetinde doğrudan LBGTQ ana başlığı altında, film ve dizilerdeki başrol oyuncuları ile diğer karakterlerden ne kadarının kadın ve erkek dışında kalan cinsel kimliklere sahip olduğu belirtilmekte, bu tür kimselerin ekranda Amerikan toplumundaki oranına göre önemli ölçüde az yer aldığı ve yine de cinsiyet eşitliği hedeflerine kısmen ulaşılabildiği ifade edilmektedir (Smith, Pieper & Chouetti, 2021)

Geleneksel medyada ağırlıklı olarak ticari yayıncılar yer alır ve içeriğin oluşturulmasına hükmetmeye çalışırlar. Çünkü ilgi çekecek olan içerik aynı zamanda kazanç sağlayacak olan içeriktir (Aktaş, 2007). Televizyonculuk dünyasının değişmez gerçeği şudur ki izlenmeyen, reyting almayan ve dolayısıyla reklam veya başka yollarla kazanç sağlamayan içerik ekranda barınamaz. İsteğe bağlı yayınlarda da ticari güçler önemli ölçüde yerlerini korumaktadırlar. Bununla beraber ticari olmayan veya bağımsız içerikler de isteğe bağlı yayın ortamlarında geniş şekilde yer alabilmektedir. Bunun temelinde yine teknolojik imkanlar sayesinde içerik üretebilmenin kolaylaşması ve herkesin içerik üreticisine dönüşebilmesinin payı büyüktür. Eğlenmek, şöhret kazanmak, bir konuda farkındalık oluşturmak, faydalı bir bilgiyi paylaşmak hatta bazen sadece vakit geçirmek için bile üretilen içerikler isteğe bağlı yayınlarda yer alabilmektedirler.

Geleneksel medyada içerik belirli merkezler tarafından üretilirken isteğe bağlı yayınlarda küçük veya büyük çaplı olmasına bakılmaksızın farklı yapımcılar, tecrübeli veya sektöre yeni adım atan yazar veya yönetmenler, bağımsız içerik üreticileri gibi pek çok kişi içerik üreticisi olabilir. Büyük veya profesyonel platformlarda olmasa bile başka platformlarda amatör içerikler kendilerine yer bulabilmektedirler. Doğal olarak isteğe bağlı yayın hizmetlerinde içerik miktarı geleneksel medyadaki içerik miktarından çok daha fazladır. Bunun içeriklerin kalitesine etki edip etmemesi ve seri izleme denilen uzun saatler boyunca ekran karşısında kalma gibi kötü alışkanlıklara yol açması ayrı değerlendirme konuları olabilir.

Yeri gelmişken seri izleme kavramına değinmek gerekir. Akademik literatürde seri izlemenin standart bir tanımı olmamasına rağmen davranış tipik olarak bir farklı görsel içeriklerin ya da video dizilerinin birden çok bölümünün çok kısa bir süre boyunca sürekli, hızlandırılmış tüketimi olarak yorumlanmaktadır. Bu süre için asgari bir sınır öngörülememiştir (Anghelcev ve diğerleri, 2021). Ancak davranışın sürekli devam etmesi halinde dikkat dağınıklığı, özdenetim kaybı, acelecilik, pişmanlık, görevleri ihmal etme, yalan söyleme, yersiz kaygı, sinirlilik, öfke gibi sorunlara yol açabileceği belirtilmiştir (Starosta, 2020).

Geleneksel televizyon yayıncılığında tek bir merkezden yayınlanan içeriğin tüm izleyiciler tarafından aynı anda ve aynı şekilde izlenmesi televizyonun nasıl en güçlü kitle iletişim aracı haline geldiğini açıklamaya yeter. Ancak isteğe bağlı yayınlarda çeşitli teknik imkanlarla izleyiciye ilgi duyduğu konulara ilişkin içerikler sunulmaktadır. İzleyici bıraktığı dijital ayak izleri ile hangi içerik karşısında daha fazla vakit geçirdiğini içerik sağlayıcıya ister istemez bildirmekte ve içerik sağlayıcı her bir izleyicinin ilgisini çekebilecek yapımları onun önüne sunabilmektedir. Bireysel olarak özel ileti aktarımı yapma imkanı ile isteğe bağlı yayınlar kitlesizleştirme özelliğine sahip olmuşlardır (Kılıç, 2019)

Geleneksel medyada bir defa görüntülenen içeriğe erişmek izleyici bakımından tekrar mümkün olmadığından aynı içerik aradan bir süre geçtikten sonra tekrar yayınlanabilmekte ve izleyici tarafından unutulmuş olabileceği için hala ilgi çekebilmektedir. Tabi ki yeni içerik her zaman daha fazla ilgi çekicidir. Bu nedenle yeni ve farklı içerikler zaman içinde sürekli ekranda yerini almaktadır. İsteğe bağlı yayınlarda ise yönetmelikte de belirtildiği gibi içerikler bir katalog üzerinden seçildiğinden eski içerikler uzun süre erişime açık kalmaktadır. İzleyici tekrar tekrar aynı içeriği izleyebilir. Bununla beraber kataloğun her zaman ilgi çekici olabilmesi için yeni içeriklerin kataloğa sürekli şekilde dahil edilmesi çok önemlidir. Bu nedenle de denilebilir ki isteğe bağlı yayın hizmetleri geleneksel medyaya nazaran yeni içeriğe daha çok ve daha yoğun şekilde muhtaçtır.

Geleneksel medya ile isteğe bağlı medyanın birbirleriyle kurumsal ve ticari ilişkileri de incelemeye değerdir. Köklü geleneksel medya kuruluşları sahip oldukları soyut ve somut birikimler aracılığıyla yeni ve canlı olan isteğe bağlı medya alanında da faaliyet gösterebilmektedir. Ancak tersi bir örnek –isteğe bağlı yayın hizmeti ile yayıncılığa başlayan bir kuruluşun geleneksel medya üzerinden devam ettiği- tespit edilememiştir. Bu ilişki doğrultusunda sahibinin aynı kişi olduğu isteğe bağlı medya platformları ile geleneksel medya kanalları birbirlerinin içeriklerini yayınlayabilmektedirler. Bu içerik paylaşımı teknik veya hukuki bir zorunluluk değil daha fazla içerik sunma noktasında bir kolaylık olarak

değerlendirilebilir. Aynı türde bir başka kolaylık da içeriklerin telif haklarına süreli olarak sahip olmak suretiyle bu içeriklerin farklı platformlarda sırayla izleyiciye sunulması şeklinde görülebilir. Ekonomik olarak da isteğe bağlı yayın platformu için daha uygun olan bu yöntemle platform içeriği belli bir süreyle kendi kataloğunda tutabilmekte ve kendi izleyicisine sunabilmektedir. Platformun bu içeriği yayınlayabileceği süre hukuken sona erdiğinde başka bir platform bu içeriği yayınlama hakkına sahip olabilmekte ve böylece içerikler platformlar arasında el değiştirebilmektedir. Çeşitli platformlar arasındaki bu işbirliği öyle bir noktaya gelmiştir ki bazen sinemalarda gösterime girmek üzere hazırlanan filmler dahi dağıtım veya yapımcı şirketlerle anlaşılarak isteğe bağlı medya platformlarında sinemalar ile aynı tarihte gösterime girebilmektedir. Tüm bunlar izleyicinin ilgisini daimi olarak ekranda tutmaya yaramaktadır.

Geleneksel medyada yer alan televizyon kanallarında ağırlıklı olarak diziler, haber bültenleri ve gündüz kuşağı programları ile nadiren film ve yarışma programlarına yer verilmektedir. Bu yayınların arasında yayıncı kuruluşların temel amacı olan kârlılığı sağlayacak reklamlar yayınlanmaktadır. Geleneksel medyada yer alan yapımlar yoğunlukla aileye, ev hanımlarına ve ortalama izleyici tipine hitap eden yayınlardır. Dizi ve filmler aksiyon, macera, komedi, dram, bilim kurgu gibi tür çeşitliliğine sahip olsa da hitap ettiği kitle sabittir.

Televizyon anlatısındaki esas nokta kendine has, planlı bir akışın varlığıdır (Dursun, 2020). Akış içinde programlar peş peşe sıralanır. Bu akış, izleyici tarafından bölünmeye uygun sonlanmayan bir akıştır (Dursun, 2020). Televizyon daha çok evde kullanılan bir medya aracı olduğundan içerik de evdeki olağan yaşantı akışına göre şekillenir. Ev hanımlarının evde bulundukları gündüz saatlerinde ev hanımlarına, hane halkının yoğun olarak evde bulunduğu varsayılan saatte aileye yönelik yapımlar ekranda yer alır (Dursun, 2020).

İBYH platformları da büyük ölçüde geleneksel medyada yer alan içeriklere sahiptirler. Bununla beraber spor karşılaşmaları ve spor programları, belgeseller, yerli ve yabancı dizi ve filmler de platformların katalogları içerisinde mevcuttur. Platformlarda ağırlıklı olarak film ve diziler yer almakla beraber belgeseller, talk şovlar, spor olayları, çizgi filmler ve müzik klipleri de bulunmaktadır. Yerli platformlarda bunlara ek olarak yarışma programları, realite şovlar, kültür, sanat, haber veya eğlence programları ile canlı yayınlar da bulunmaktadır. Doğal olarak her platform ticari rekabet gereği diğer platformlardan ayrışabilmek için içerik kütüphanesini hedef kitlesine göre şekillendirmektedir. Bu doğrultuda ilk bakışta Disney+'da çocuk ve aileye yönelik içeriklerin, MUBİ'de sanat değeri

ağırlıkta olan ve retro tabir edilen veya klasik sayılabilecek yapımların, EXXEN'de yerli yapımların ve spor karşılaşmalarının, Netflix'te yeni, popüler ve marjinal yapımların ağırlıkta olduğu söylenebilir. Tüm bu platformlardaki içerikler geleneksel medyada olduğu gibi kendi içlerinde alt türlere ayrılmakta, renkli ve zengin bir yelpaze oluşturarak hem izleyicinin ilgisini çekmekte hem de gitgide geleneksel medya içeriklerine nazaran daha tercih edilir olmaktadır.

Tüm bu farklılıklar geleneksel medya ve isteğe bağlı medyayı birbirinden belirgin şekilde ayrıştırır. En önemli farklılıklar Şekil 4'te gösterilmiştir.

Şekil 3

İsteğe Bağlı Medya İle Geleneksel Medyanın Temel Farkları

İsteğe Bağlı Medya	**Geleneksel Medya**
Yeni medyanın bir alt kavramıdır	Alışılmış şekilde gazete, dergi, radyo, televizyon gibi araçların oluşturduğu bir bütündür
Dinamik yapısı günden güne gelişmekte ve değişmektedir	Yerleşik kalıpları vardır ve bu kalıplar dışına çıkmaz
Kullanıcı içeriğe müdahale eder, durdurur, yeniden başlatır, tekrar tekrar izleyebilir, dil seçeneklerini değiştirir, paylaşır. Bu durum lineer olmayan yayın akışı olarak tanımlanır.	İçeriğe müdahale etme imkanı yoktur veya çok sınırlıdır, içerik yayınlandığı anda tüketilir, sonrasında içeriğe geri dönülemez. Yayın akışı lineerdir.
Bireysel odaklı izleme ağırlıktadır ancak nadiren toplu olarak da izlenilebilir	Bireysel veya toplu olarak izlenebilir
Yayıncı kuruluş kullanıcının profilini bilir, bireysel veya kitlesel olarak kimlerin ne tür içeriklere ne kadar ilgi gösterdiğini detaylı şekilde ölçebilir	Hangi içeriklerin ilgi gördüğü rating ölçümleriyle tespit edilebilir. Bu teknik ile izleyiciler ve tercih edilen içerikler hakkında daha genel bilgiler edinilir.
Abonelik ücreti de ciddi gelir kaynağı oluşturur. Beraberinde telif ücretlerinden ve reklamlardan de gelir elde edilir	Temel ve neredeyse tek gelir kaynağı reklamlardır
Algoritmalar sayesinde her bir izleyiciye farklı reklamlar sunulabilir	Tüm izleyicilere aynı reklamlar gösterilir
Belli bir süre ile yayın yapma zorunluluğu olmadığından çok çeşitli türde ve mebzul miktarda içerik vardır	Yayın süresi sınırlı olduğundan içerik miktarı sabit türde ve azdır
Bağımsız ve amatör yayıncıların içerikleri de ekranda yerini alır	Ticari ve profesyonel yayıncıların ürettikleri içerikler ağırlıktadır

(devam ediyor)

Şekil 3 (devam)

İsteğe Bağlı Medya	Geleneksel Medya
İçerikler daha ziyade gençlere yönelik olmakla beraber farklı türde izleyiciler için karakterize olmuş platformlar vardır. İçerik bolluğu sebebiyle her türlü izleyici kendine uygun içeriği bulabilir	İçerikler daha ziyade ortalama izleyici tipine hitap eder

Kaynak: Yazar

4.3. Genel Olarak İçerik Denetimi

Geleneksel medyanın en önemli özelliklerinden biri, sorumlu yayıncılık anlayışının yeni medyaya göre daha oturmuş bir yapıda olmasıdır. Editör, sorumlu kişi, sahip, yayın kurulu, danışma kurulu, yönetim kurulu gibi organların geleneksel medya araçlarının ayrılmaz bir parçası olması, içeriğin belirli bir süzgeçten geçirilerek okuyucu veya izleyiciye aktarılmasını sağlar. Yeni medyada ise hem bu tarz organların tam anlamıyla teşekkül etmemesi hem de içeriğin kullanıcılar tarafında da oluşturulabilmesi haberin/bilginin/içeriğin gerekli denetim mekanizmalarından geçmeksizin yayınlanmasına imkân sağlamakta, bu da güven sorununu doğurmaktadır. Özellikle Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları spekülatif ve manipülatif pek çok içeriğe ev sahipliği yapabilmektedir (Kılıç, 2019). Bu durum iletişim sürecinde denetimin artık kaynak tarafından yapılması yerine, hedefin kendisi tarafından yapılması gerekliliğini doğurmuştur(Kılıç, 2019). Bununla beraber denetim tamamen bireyin kendisine bırakılamayacağından zorunlu olarak kamu otoritesi de içerik denetimi konusunda söz söylemeye başlamıştır.

4.3.1. Denetim Nedir ve Neden Vardır

Kabul görmüş tanımıyla denetim bir işlemin, hukuki, ilmi veya nazarî kurallara uyup uymadığını araştırmak için uygulama sırasında, uygulamadan önce veya uygulamanın sonunda yapılan araştırmalardır(Avşar & Demir, 2005).

Kitle iletişim araçları sayısız insana çok hızlı bir şekilde ulaşabilmekte ve ulaştığı kişiler üzerinde etki doğurabilmektedir. Günümüzde insanların temel ihtiyaçları için harcadıkları vaktin geri kalanının büyük çoğunluğu herhangi bir ekran karşısında geçmektedir. Tek başına bu düşünce dahi genel olarak medyanın, özel olarak ekranların ve bu çalışma kapsamında isteğe bağlı yayınların toplum üzerindeki etkisine işaret etme imkânını taşır.

Dizi veya filmler hakkında bireylerin kendi aralarında geçen diyaloglar, yapımlarda yer alan kurgusal karakterler, karakterleri canlandıran oyuncular, futbolcular, tanınmış kişiler, bu figürlerin oluşturduğu büyük dünyanın kendi içinde yaşanan olaylar ve tüm bunların ekran karşısındaki bireylerin gündelik hayatında tuttuğu yer düşünüldüğünde söz konusu etkinin boyutları daha dikkat çekici hale gelmektedir. Bu durum sadece medyaya yöneltilen mevcut ilgi açısından etkinin boyutunu göstermektedir. Meselenin bir de medyanın bu ilgiyi celbedebilmek için gösterdiği gayret açısından ele alınması gerekir ki medyanın haber vermek, eğlence aracı olmak gibi geleneksel rollerinden sıyrılarak kâr amacıyla sergilediği saldırgan ticari davranışları ve yayılma politikasını göz önünde bulundurursak düşünülen etkinin iki katına çıktığı hesap edilebilir.

Bu bağlamda medya toplumu yönlendirmede, kamuoyu oluşturmada, belli düşünceleri aşılamada ve popüler kültürü şekillendirip kabullendirmede büyük etki ve öneme sahiptir. Aynı zamanda medya gerçekleri istenilen biçimde şekillendirme, algı oluşturma hatta iyi ve kötü kavramlarına yer değiştirme imkanına dahi sahiptir. İçeriklerin hızlı bir tempo ile ve peş peşe sunulması akıp giden görüntülerin taşıdığı anlam üzerlerinde uzun uzun düşünülmesine engel olur. Medya karşısında bireyler genelde edilgen konumdadırlar. Edilgenlik zihni faaliyetten uzaklaşmaya ve düşünme yetisinin olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Dahası medyanın bireyleri gerçek hayattan uzaklaştırarak uyuşturduğu dahi ileri sürülmüştür (Debord, 2010).

Medyanın başlı başına bir güç unsuru olmasının yanında medya üzerinden de kişiler hukuki hakları bakımından tehlikelerle karşı karşıya kalabilmekte ve toplumsal barış ve huzur bu suretle de riske girebilmektedir. Kişilerin mahremiyetini ihlal eden, şeref ve haysiyeti lekeleyen ifadeler de medyada yer alabilmektedir. Bireylerin yanında kitleler de etnik, dini veya siyasi azınlıklar da ayrımcılık, nefret söylemleri veya başka tehlikelerle medya üzerinden karşı karşıya kalabilirler.

Uzun süreli televizyon seyretme veya internet ortamında kalma gibi davranışların madde bağımlılığı gibi bağımlılığa neden olduğu, yoğun görsel iletişime maruz kalmanın bellek ve konuşma zayıflığına yol açtığı uzmanlarca tespit edilmiştir (Çarbuğa, 2010).

Bazen medyanın asıl kaynağı olan reklamlar nedeniyle bireyler ihtiyaçları olmayan ürünleri satın almaya yönlendirilmektedirler. Medya araçları reklam verenlere izleyicileri pazarlayabilmek adına idrak, zeka seviyesi, değer yargıları bakımından orta hatta alt seviyede içerikler üretebilmekte ve modern cehalet olarak tanımlanan halin yaygınlaşmasına sebep olmaktadır (Çarbuğa, 2010).

Reklamlar bakımından da abartı, israf, gerçek bilgilerin azlığı gibi etik sorunlar medya aracılığıyla ortaya çıkan ve önemsenmesi gereken başka bir alanı oluşturmaktadır. Dolayısıyla tıpkı içerikler gibi reklamlar da sınırsız ve kontrolsüz şekilde reklam verenin amaçları doğrultusunda kullanılmamalıdır.

Bazı gruplar etkiye daha açık olabilir. Çocuklar olumsuz davranışlar, korku, şiddet, cinsellik gibi konularda daha hızlı yanlış algı edinme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bunun gibi kadınlar ekran karşısında daha çok vakit geçirdiklerinden yukarıda belirtilen etkilere daha açık bir grup olarak önümüzde bulunmaktadır.

Benzer tarzda çeşitli riskler doğabileceğinden medyada içerik belli süzgeçlerden geçirilerek izleyiciye sunulmalıdır. Belirtilen riskleri bertaraf edebilmek ve ya en aza indirgeyebilmek için denetim mekanizmaları oluşturulmuştur. Denetim sayesinde her ifade veya görüntü ekranda yer bulamayacak, belli kriterler göz önünde bulundurularak içerikler ayrıştırılacaktır.

Denetim kriterleri farklı otoritelerce getirilebilir. Zaman içerisinde birbirinden değişik türde denetim anlayışları ortaya çıkmıştır. Bunlardan en belirginleri dış denetim türleri olan yargısal denetim ve idari denetimlerdir. Bunlar dışında bir de iç denetim yöntemi vardır ki bu yöntemde medya kuruluşu içerikleri yasal veya idari yaptırımla karşı karşıya kalmadan önce kendisi denetler ve izleyiciye sunar.

4.3.2. Türkiye'de İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Denetiminden Sorumlu Kurumlar

İsteğe bağlı yayın hizmetleri ile ilgili olarak denetimden sorumlu kurumlar RTÜK ve BTK'dır. RTÜK klasik anlamda içerik denetimi ile ilgilenirken BTK teknik konularda yetkilidir. Kurumlar yetki ve görevleri bakımından kısaca ele alınacaktır.

4.3.2.1. RTÜK

Türkiye'de özel televizyon yayınları 1990 yılından itibaren belli bir kanuni düzenleme olmaksızın başlamış ve ancak Anayasa'da 1993 yılında yapılan değişiklik ile belli kurallara bağlanmıştır (RTÜK, t.y.) . Medya, sahip olduğu gücü kuralsız şekilde kullanmakta sakınca görmemiştir. Söz gelimi devlet televizyonu gibi olmayan, kuralsızlık, sansürsüzlük içerisinde yayın yapan Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı Star 1, merak ve ilgi uyandırmış, yayıncılıkta kamu tekelinin yıkılmasıyla futbol karşılaşmalarının yayın haklarını satın almış, bunun yanında erotik yayınlar da yaprak popülaritesini artırmış ve kitlesini genişletmiştir (Çiçek, 2017) Özel yayınların ekrandaki yerinin artması ve benzer

gelişmeler üzerine daha sonradan ilga edilmiş olan 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun 1994 yılında yürürlüğe girmiş ve RTÜK faaliyete başlamıştır.

Yayıncı kuruluşların karasal, sayısal, uydu, kablo ve IPTV ortamından yayın yapabilmelerine olanak sağlayan lisanları vermenin ve düzenlemenin yanında RTÜK içerik denetimi de yaparak kanunda "radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi, ifade ve haber alma özgürlüğünün sağlanması" şeklinde belirtilen amaçlarını gerçekleştirmektedir.

Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri, 6112 Sayılı Kanuna, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi gibi taraf olunan milletlerarası antlaşmalara ve ilgili yönetmeliklere uygunluk açısından denetlenmektedir. Üst Kurul programlara yayından önce müdahale edemez, ancak yayından sonra denetleyebilir. Denetimde izleyici şikâyetlerini ve başvurularını da dikkate alır, gerek görürse müeyyide uygular. Kurulun bütün kararları idari yargının denetimine açıktır. (Avşar& Demir, 2005)

Ülkemizde radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen temel kanun olan ve 1994 yılında yürürlüğe giren Mülga 3984 Sayılı Kanun, yaklaşık 20 değişiklikle günün şartlarına uyarlanmak istenmişse de yayın teknolojisindeki hızlı değişim, Anayasa Mahkemesinin bazı maddeleri iptal etmesi gibi temel nedenlerle yasal çerçevenin yeniden düzenlenmesi zorunlu hale gelmiştir.

Yıllar içinde yaşanan gelişmeler neticesinde karasal, uydu ve kablolu yayınlara yukarıda belirtildiği üzere dijital yollarla yapılan yayınlar ve internet yayınlar da dahil olmuş ve geleneksel yayıncılık farklı bir çehreye bürünmüştür. Hal-i hazırda radyo ve televizyon yayını yapmak üzere lisans almış olan kuruluşlar internet ortamından da yayın yapmaya başlamışlardır. İzleme eğilimlerinin de farklılaşması ve hem yerli hem yabancı yayın kuruluşlarının internet ortamından yapılan yayınların yoğun ilgi görmesi üzerine bir kanun boşluğu meydana gelmiş ve hukuki düzenleme ihtiyacı ortaya çıkmıştır (Kurt, 2020).

5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun (aşağıda 5651 sayılı Kanun olarak anılacaktır) ile Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik bu boşluğu doldurmuş ve RTÜK ile BTK yetkili idari kuruluşlar haline getirmiştir. Bu noktada BTK'dan da kısaca bahsetmek yerinde olacaktır.

4.3.2.2. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

BTK, 2813 sayılı Telsiz Kanununda değişiklik yapan 27.1.2000 tarihli ve 4502 sayılı kanunla, Telekomünikasyon Kurumu adı altında kurulmuştur (Karakuş, 2011). BTK'nın görev alanının net şekilde belirlenmesi 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu başta olmak üzere ilgili kanunlarla kuruma verilen görevleri belirlemekle mümkün olabilir. Ancak BTK'nın genel olarak, elektronik haberleşme sektörünü düzenlediğini ve denetlediğini, firmalar arası rekabeti ve tüketiciyi koruduğunu, elektronik haberleşme alt yapısı ile ilgili yetkilendirmeleri düzenlediğini, elektronik haberleşmede kamu düzeni ve kamu hizmetinin yürütülmesi için gerekli tedbirleri aldığını söylemek yanlış olmaz.

Burada kilit nokta dünyada ve ülkemizde internet hizmetlerinin telekomünikasyon altyapısı ile yürütülmesidir. Dolayısıyla teknik anlamda internet ile ilgili Türkiye'de bulunan en yetkili kurum BTK'dır. Bu anlamda kurum internet altyapılarını tesis eder, günceller ve geliştirir (Bircan, 2014). 5651 sayılı Kanun kapsamında suç olarak tanımlanan faaliyet ve yayınların önlenmesi, internet ortamında yapılan yayınların içeriklerini izleyerek bu kanun kapsamına giren suçların tespiti halinde yayınlara erişimin engellenmesine yönelik tedbirleri alma, internet ortamında yapılan yayınların içeriklerinin izlenmesinin hangi seviye, zaman ve şekilde yapılacağını belirleme, internet ortamındaki yayınların izlenmesi suretiyle 5237 sayılı Türk Ceza Kanununda yer alan özellikle intihara yönlendirme, çocukların cinsel istismarı, uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma, müstehcenlik gibi suçların işlenmesini önlemek için teknik altyapıyı kurma, internet ortamında herkese açık çeşitli servislerde yapılacak filtreleme, perdeleme ve izleme esaslarına göre donanım üretilmesi veya yazılım yapılmasına ilişkin asgarî kriterleri belirleme, İnternet Kurulu ile gerekli işbirliği ve koordinasyonu sağlama, İnternet Kurulunca izleme, filtreleme ve engelleme yapılacak içeriği haiz yayınların tespiti ve benzeri konularda tedbir ve karar alma görevlerini de uhdesinde barındırır (Bircan, 2014).

BTK ilgili mevzuatta öngörüldüğü şekliyle internet erişimini düzenleme ve kısıtlama yetkilerine sahip olduğundan basit deyimiyle "internetin kumandasını elinde tutmaktadır" denilebilir. Bu husus iki açıdan önemlidir ki bunların ilki yönetmeliğin kapsama aldığı isteğe bağlı yayınların internet üzerinden yürütüldüğü gerçeğidir. İkincisi ise bir hukuk kuralı yaptırım olmaksızın anlamsız olacağından yayıncı kuruluşlara yönelik parasal veya idari yaptırımların değil fakat doğrudan yayınlara yönelik yaptırımın BTK eli ile gerçekleştirilebilecek olmasıdır.

6112 sayılı Kanun'un 29/A maddesi erişimin engellenmesine dair yaptırım bakımından Yönetmelik kapsamında verilecek içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararlarına 5651 sayılı Kanun'un 8/A maddesinin üçüncü ve beşinci fıkralarının uygulanacağını düzenlemektedir. Bu doğrultuda, URL bazlı olarak erişimin engellenmesi esas alınmış olup tüm siteye erişimin engellenmesi söz konusu değildir. Ancak yalnızca URL bazlı ilgili kısma erişim engellenmesinin teknik olarak mümkün olmadığı veya ihlalin bu şekilde önlenemediği durumlarda 5651 Sayılı Kanun'un 3ncü fıkrası gereğince internet sitesinin bu senaryoda yayın hizmet sağlayıcının web sitesinin tümüne erişimin engellenmesi kararı verilebileceği düzenlemektedir. Örneğin, Netflix'te yayınlanan filmin bir bölümünde 6112 sayılı Kanun'un yayın ilkelerinde birine veya birkaçına aykırılık tespit edilmesi halinde internet ortamı üzerinden yayının sadece ilgili bölümünün kesilmesi teknik olarak zor olabilir. Başka bir örnek olarak yayın iletim yetkisi veya lisansın alınmamış olması doğrudan ilgili platformun tümüne erişimin engellenmesi sebebi olarak değerlendirilebilir. Böyle bir durumda, platformun tümüne erişimin engellenmesi söz konusu olabilecek ve bu durum internet özgürlüğü ihlallerine sebebiyet verebilecektir (Kurt, 2020).

Kendilerine özgü ayrı çalışma alanları olsa da BTK ve RTÜK bazı konularda paydaştırlar. Hatta zaman zaman iki kurumun birleşmesi fikri dahi ortaya atılmıştır. (Yıldırım, 2009, Yenişafak Gazetesi). Ancak dijital yayıncılık ve İBYH alanı iki kurum için tamamen ortak alandır. Bu anlamda iki kurum yer yer çalışmalarını beraber de yürütmektedirler. BTK teknik sorumlu iken RTÜK içerik ve lisanslama konularından sorumludur. Mevzuatta belirtilen yetkiler çerçevesinde iki kurum da İBYH konusu ile yakından ilgilidir.

4.4. İsteğe Bağlı Medyanın Denetimine Dair Tartışmalar

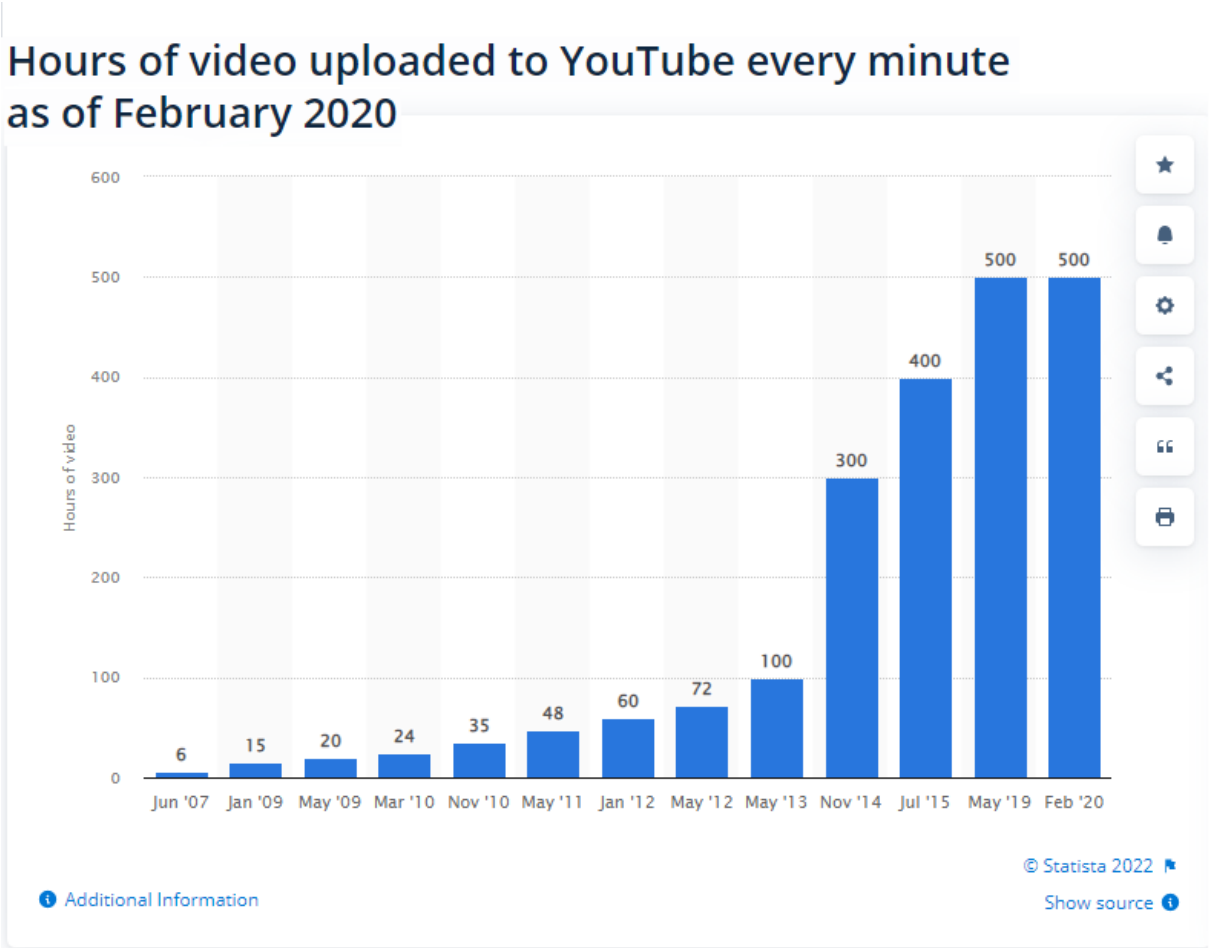
Devletler nezdinde medya ile ilgili düzenleyici ve denetleyici kuruluşlar mevcut olsa da medya araçlarında yer alan içerik miktarı göz önünde bulundurulduğunda kuruluşların tek başına tüm medyayı kontrol etme ve denetleme imkanının bulunmadığı açıktır. Zira zaman içinde özellikle de internetin gelişmesiyle içerik üretimi ve içerik paylaşım imkanları artmıştır. Sadece denetleyici düzenleyici kuruluşlar için değil içerik üreticilerin ve yayınlayıcıların büyük bir çoğunluğu için dahi tek tek tüm içerikleri kontrol etmek mümkün değildir. YouTube'a bir saat içerisinde yüklenene videoların süresini gösteren 4 numaralı şekil bu konuda fikir vermesi açısından dikkat çekicidir.

Hatta durum öyle bir noktaya gelmiştir ki içeriklerin denetlenmesi noktasında insanlar tarafından yapılan denetimler yerine algoritmalar ve yapay zeka teknolojilerinin önemi artmıştır.

İsteğe bağlı yayın hizmetlerinin denetlenmesi konusunda akla ilk gelen soru şüphesiz reşit kabul edilen 18 yaşını doldurmuş kişilerin izlemek istedikleri içeriklerin denetlenmesinin düşünce ve ifade özgürlüğü ihlali sayılıp sayılmayacağıdır (Kurt, 2020). Nihayetinde internet üzerinden isteğe bağlı yayın hizmeti veren kuruluşların büyük kısmı ücretli abonelik ile bu faaliyeti yürütmektedir. Ücretini ödeyerek bu içerikleri izlemek isteyen bir yetişkinin izlediklerinin denetlenmesinin bir hukuki yarar olup olmadığı ve eğer varsa korunan hukuki yararın ne olduğu sorusu önem taşımaktadır.

Şekil 4

YouTube'a Şubat 2020 itibari ile her dakika yüklenen video süresi



Kaynak: https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/ Erişim tarihi 26.12.2022

Gerek yönetmelikle gerek yönetmeliğin yayın ilkelerine ilişkin atıfta bulunduğu 6112 sayılı Kanunla gerekse en üst norm olan Anayasa ile çocuk ve gençlerin korunmaya çalışıldığı zaten aşikârdır. Bu korumanın verimliliği ile ilgili değerlendirmeleri bir yana bırakarak yetişkinleri de kapsayacak şekilde Anayasada korunacağı belirtilen değerler hakkında düşünmek de büyük önem arz etmektedir. Zira Anayasa daha başlangıç metninde "*hiçbir faaliyetin… Türklüğün tarihi ve manevi değerlerinin… karşısında koruma göremeyeceği*" vurgulanmakta, 2. maddesinde "*Türkiye Cumhuriyeti, toplumun huzuru, milli dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı, Atatürk milliyetçiliğine bağlı, başlangıçta belirtilen temel ilkelere dayanan, demokratik, laik ve sosyal bir hukuk Devletidir.*" denilerek toplum huzurunun devletin temel unsurlarından olduğu ortaya konmakta, 41. maddesinde "*ailenin Türk toplumunun temeli*" olduğu ve 58inci maddesinde de "*devletin…gençlerin müsbet ilmin ışığında, …devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü ortadan kaldırmayı amaç edinen görüşlere karşı yetişme ve gelişmelerini sağlayıcı tedbirleri alacağı*" belirtilmektedir.

Anayasalarda yer alan kamu düzeni, kamu yararı, kamu güvenliği gibi muğlak kavramlar içeriklerinin tespit edilebilmesi bakımından her zaman tartışmalı olmuşlardır. Hukuki çerçevesi belirsiz, somut olmayan ve tanımlaması güç kavramlar özgürlük eksenli tartışmaların en can alıcı noktasıdır (Bayra, 2020). Ancak şu da muhakkaktır ki anayasalar "siyasi hukuk (droit politique) metinleridir. Siyaseten toplumun sorunlarını çözmeyi amaçlayan hukuk metinleridir (Atay, 2008). Anayasalar devletlerin uzun vadede hatta belki varlık amacı olarak ulaşmak istedikleri siyasi, ekonomik ve sosyal hedefleri belirtir (Atay, 2008). Durum böyle iken anayasada muğlak, zamana ve duruma göre değişebilecek tarzda ifadelerin yer alması kaçınılmazdır. Özellikle içinde bulunduğumuz teknoloji çağı ile değişimlerin ne kadar hızlı gerçekleştiği daha iyi anlaşılmaktadır. Bu durum anayasalarda yer alan ve yazıldıkları dönem açısından uzak gelecek sayılacak zaman dilimleri hakkında dahi önermelerde bulunan hükümlerin haklılığını ortaya koymaktadır. Hukuki tanım olarak sert ve yumuşak diye nitelendirilen anayasalar olsa da anayasaların da zaman içinde değiştirilebildiği tabi ki herkesin malumudur. Ancak burada koruma konusu edilen husus tabir-i caizse anayasanın "kurucu ruhu"dur.

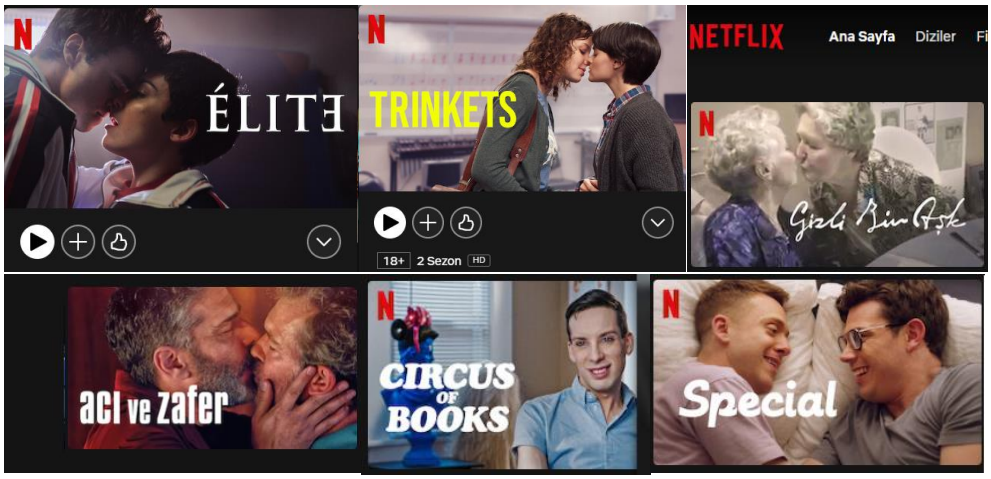
Bu bağlamda sadece isteğe bağlı yayınlar değil genel olarak medya dahi ele alındığında şunu söylemek yanlış olmayacaktır: Medyada iyi ve güzel olanın çağı kapanmıştır. Hikaye anlatıcıların sayısının "Çocuklarımızın herhangi birinin uydurduğu herhangi bir hikayeyi dinlemelerine ve böylece, büyüdüklerinde sahip olmaları gerektiğini düşündüğümüz fikirlerin tam tersi fikirlerin zihinlerinde yer almasına izin mi vereceğiz?"

(Platon, Çev. 1969, 377) diyen Platonun zamanından bu yana arttığı ve bu artışın had safhaya geldiği günümüzde ekranda tercih edilebilir olmak isteyen herkes daha fazla şiddeti, daha fazla çıplaklığı ya da artık sıradan olan "iyi" ve "güzel" dışındaki her ilgi çekici unsuru kullanmaktadır. Eski bir veri olmasına rağmen 1950 yılından 2012 yılına kadar ekrandaki şiddet sahnelerinin iki kattan fazla arttığı gerçeği bu durumu doğrulamaktadır (Bushman & Jamieson, 2013). Kutsal değerlere saygısızlık ve küfürde de benzer bir durum söz konusudur (Bushman & Cantor, 2003) . Etik sorunlar sebebiyle cinsellikle ilgili araştırma veriler az olsa da benzer durumun bu konuda da geçerli olduğu varsayılabilir.

Basit ve çarpıcı bir örnek olması açısından eşcinsellik ele alınabilir. "*Türkiye'de eşcinselliğe yönelik toplumsal algının, tarihsel süreç içerisinde birtakım değişikliklere uğramakla birlikte, uzun zaman büyük gelişim göstermediği görülmektedir (Erdoğan & Köten, 2014, s.101).*" Burada konu ile ilgili etik tartışmalara girmeksizin sadece toplumda yer edinmeye başlayan bu durumun medyadaki yansıması olarak Netflix'te yer alan ve eşcinsel ilişkileri konu alan içeriklerin miktarı dahi durumun önemi ortaya çıkmaktadır.

Şekil 5

Netflix Kataloğunda Eşcinsellik Barındıran İçerik Tanıtımları



Kaynak: https://www.netflix.com/search?q=lbgtq Erişim Tarihi:24.11.2022

Genel olarak ekranların düşünmeyi, değerlendirmeyi ötelediği açıktır. Bunun yanında izleyicileri yönlendirme gücü de oldukça yüksektir (Avcı, 2019). Kitle iletişim araçları tarafından kültür ve toplumun etkin biçimde şekillendirildiğini, dönüştürüldüğünü belirten Postman toplumların iletişimin içeriğinden ziyade iletişim araçlarının doğasınca biçimlendirildiğini belirtmiştir. "Kültür sözün eseri olmakla birlikte, resimden hiyeroglife,

alfabeden televizyona kadar her iletişim aracıyla baştan yaratılmaktadır." (Postman, 2020). Ekranlardaki içeriği anlamak toplumsal, kültürel, söylemsel değişimleri de anlamak demektir. Kendi dönemi açısından değerlendirildiğinde doğal olarak televizyonun kendisini kültürün taşıyıcısı olarak gören Postman bu durumun ne kadar büyük bir tehlike olduğuna işaret etmiştir. Postman'ın kendi döneminde televizyonla şekillendiğini belirttiği kültür bugün tüm ekranlar aracılığıyla şekillenmektedir.

Hızla gelişen teknoloji iletişim araçlarında öyle bir etki doğurmuştur ki bu etki toplumsal, kültürel yapıya ve yaşam şekillerimize, günlük rutinlerimize kadar etki etmiş, netice olarak da kimi bireyleri hazcı tüketimin esiri etmiştir. Hali-i hazırda piyasadaki rekabet yeni sektörlerden pay kapmak isteyenleri yeni yaklaşımlar geliştirmeye ve bunun neticesinde tüketicinin kendisine, tüketicinin istek ve gereksinimlerine, tüketicinin hayal, fantezi ve düşlerine girmeye kadar sürüklemiştir. Nihayetinde tüketim duygulara yön veren fantezi ve hayaller üreten hedonik bir hal almıştır. Hedonik tüketim haz almayı öne almış, farklı tatmin türlerinin önüne geçmiş ve ürünlerin tüketici nezdinde özgürlük, imaj, gerçek hayattan kaçış gibi fenomenlere dönüştürmüştür. Tüketici artık ürünleri satın alırken fayda-maliyet analizi yapamaz hale gelmiştir (Dursun, 2020).

Yine Postman televizyon sektörünün duygu ve fantezileri tetikleyen hedonik tüketimin en güçlü unsuru olarak görür. Televizyon özelinde genel olarak medya bireyleri yaşamın her alanında haz arayan tüketicilere dönüştüren programlar sunar. Ekranlarda lüks yaşamı benimseten, haz alma ve eğlence içerikli yayınlar ile insanlar tüketime yönlendirilmektedir (Postman, 2020).

Günümüzde ekran bir eğlence aracından çok daha fazlası olmuş, yalnızlık hissini gideren bir araca dönüşmüştür. Ekrandaki içerikler izleyicinin inanç ve değerlerini güçlendirir. Bir arada olsun ya da olmasınlar aynı ekrana bakan izleyiciler kendileri arasında sanal bir cemaate dönüşür ve bunun hazzını yaşar. Toplumsal eksiklikler ekran karşısında kapanır gider. İzleyiciyi ekran başında tutabilmek için içerikler –menfi ya da müspet şekilde- duygu dolu, dikkat çekici ve güncel nitelikte hazırlanmıştır. Gerçeklik ekranda yeniden inşa edilmektedir.

Ekrandaki çoğu görüntü yarar amacı gütmeyen ve sadece tüketimin bir parçası olan sunumlardır. Art arda geçen görüntüler haz, doyum, keyif ve eğlence sunmakta, izleyici de sunulanı tüketerek sektörün devamı için pasif şekilde üretimde yerini almaktadır. Bu üretim ve tüketim döngüsü içinde ihtiyaçlar, duygular, inançlar ve değerler yeniden inşa edilirken kendi olmaktan çıkar. Bu değerler insanın zihninde bağımsızca oluşmaz.

Tüm bu belirtilen nedenlerle medyanın en canlı tarafı olan isteğe bağlı yayınlar daha sıkı, ciddi ve ince bir denetime tabi tutulmalıdır. Bu denetimlerle ilgili kanun ve düzenlemeler sadece gençler değil genel olarak toplumsal ve kültürel özler gözetilerek yukarıda belirtilen anayasanın ruhu da ele alınarak ortaya konulmalıdır. Özellikle özgürlüğün kutsanma derecesinde korunduğu günümüzde toplumsal kökler de bu sınır tanımaz özgürlük anlayışına karşı muhafaza edilmelidir.

BÖLÜM 5

5. İSTEĞE BAĞLI MEDYAYA YÖNELİK YASAL DÜZENLEMERE İLİŞKİN TÜRKİYE, İNGİLTERE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÖRNEKLERİ

İsteğe bağlı yayınlar hem dünyada hem ülkemizde çeşitli düzeylerdeki hukuki metinlerle düzenlemeye tabi tutulmuştur. Konu ile ilgili uluslararası hukuk metinleri de mevcuttur. Yeni bir alan olduğu için isteğe bağlı medya hizmetlerinin kanuni düzenlemesi güncel gelişmelere paralel olarak gelişmekte ve yenilenmektedir.

AB'de yayıncılık alanındaki temel düzenleme Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifidir. Direktif hükümleri bu bölümde özetlenerek yorumlanacaktır. İngiltere hukuku bakımından da genel bilgilere yer verilecektir. Türkiye'de isteğe bağlı yayınlarla ilgili mevzuattan da 6112 sayılı Kanun ve Yönetmelik çerçevesinde bahsedilecektir.

5.1. Türkiye'de İnternet Üzerinden İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Denetimi

İnternetin içerik üretilen pek çok farklı mecraya göre daha rahat erişilebilen ve bireylerin kendilerini daha serbest ifade edebildikleri bir ortam olması, internet kullanımının sayısız amaca hizmet edebiliyor olması, içeriklerin birbirlerinden çok farklı türde ve şekilde sunulabiliyor olması internet yayıncılığında öngörülemeyen bir takım sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu sonuçların en önemlilerinden biri internet ortamında kullanıcıların doğrudan etki edebilmesi ve içerik yükleyicilerin ortamı doğrudan etkin şekilde kontrol ederek yönlendirebilmesidir. İçerik sunulan ortamın alacağı şekli büyük ölçüde neredeyse içeriği yükleyen ve yöneten kişi veya kişiler tek başına belirleyebilmektedirler.

İnternet yayıncılığı da geliştikçe yayıncılık alanında benzer sorunlar baş göstermiş, bilgi edinme, haber alma gibi önemli konularda manipülasyonlar ve başka türlü önlenmesi gereken meseleler ortaya çıkmıştır. Her geçen gün bu konularla ilgili devletler ihtiyaçlara göre hukuki düzenlemeler yapmış olsalar da hızla gelişen bu ve benzeri alanlarda tüm sorunları önceden tespit edebilmek mümkün olmadığından düzenlemelerde hukuki boşluklar da meydana gelebilmektedir.

Bu çerçevede internet üzerinden yapılan isteğe bağlı yayınlarla ilgili ortaya çıkan ilk ciddi sorunlardan biri kültürel ve sosyal hayatın farklı toplumlarda farklı şekillerde yoruma tabi tutulması ile ilgilidir. Sektördeki yerli ve yabancı aktörler yoğun biçimde rekabet ederken farklı ülkelerde yayıncılık faaliyetlerini genişleterek rekabetteki çıtayı her geçen

gün yükseltmektedirler. Hizmetlerin yürütüldüğü ülkelerin sosyal, kültürel ve hukuki yapılarının birbirlerinden farklı olması tek elden farklı ülkelere götürülen aynı tür yayın hizmetlerinin de her kültürde ve toplumda farklı bir hukuki olguya dönüşmesine yol açmaktadır. Bir toplumun milli güvenlik, kişiye sıkı surette bağlı hak, istismar, kamu yararı gibi kavramlar üzerindeki anlayışı ile başka bir toplumun aynı konulardaki görüş ve anlayışları örtüşmeyebilir.

İşte bunun gibi çoğaltılabilecek birçok örnek üzerinden ele alınabilecek içeriğe çevrimiçi ve çevrimdışı bir şekilde kolaylıkla ulaşabilmesine imkân tanıyan internet yayıncılığı suistimale açık bir mecra haline gelmektedir. Yukarıda da belirtildiği gibi sürekli değişen ve dönüşen bir mecra olduğu için internet ve internet yayıncılığı hukuk kuralları ile sıkı şekilde düzenlenmeye ihtiyaç duyar. Düzenlemeye ihtiyaç duyulmasının önemli bir sebebi de internet yayıncılığının her geçen gün giderek daha küçük yaştaki kişilerin eriştiği bir ortama dönüşmesinden kaynaklanır. Öyle ki artık bu durum dijital yerli ve dijital göçmen gibi güçlü bir kavram ayrımının ortaya çıkmasına dahi sebep olmuştur. Dijital teknolojiyi ve internetin dilini ana dili gibi bilen, teknolojik imkanlar içinde doğup büyüyen, sanal ve gerçek üstücü, teknoloji ile ilişkilerini arkadaş gibi gören, yenilikçi ve genel olarak 1990'lı yılların sonunda doğan kişiler dijital yerli olarak tanımlanmıştır. Buna karşılık 1990'lı yıllardan önce doğan, dijital teknolojilere yabancı, temel bilgisayar yeteneklerine sahip olmayan, dijital ortamları hızlı ve etkin kullanamayan, grafik okuma yerine doğrusal okumaları tercih eden, teknoloji ile sonradan tanışan kişiler dijital göçmen olarak tanımlanmaktadır (Bakangöz, 2022).

Bu nedenlerledir ki ülkemizde de internet ve internet yayıncılığının düzenlenmesi bir mecburiyet haline gelmiş ve konu ile ilgili önlemler hukuk kuralları çerçevesinde ele alınmıştır. Ancak bu kadar dinamik bir alanda düzenleme yapmanın da elbette kendince zorlukları vardır. Zira internet konusunda yapılacak bir düzenleme hem yerli hem yabancı sektör temsilcilerine uygulanacak, küresel anlayışlarla ulusal anlayışların uyumlaştırılması hakkında olacak, yeniliklerin de yakından takip edilmesini gerektirecektir.

Başka bir zorluk da düzenleme yapılmasından sonraki aşamada ortaya çıkmaktadır. Bu zorluk teknik olarak internete müdahale edebilme noktasında doğmaktadır. İnternete ve denetlenen içeriğe müdahale edilebilmesi, gerektiğinde yayından kaldırılabilmesi hukuki düzenlemenin yanında elzem bir meseledir. Çünkü her hukuk kuralı karşılığında bir yaptırım olduğu sürece anlamlıdır. Karşılığında yaptırım olmayan bir hukuk kuralı doğası gereği

kadük kalacak ve anlamını yitirecektir. Burada devlet-şirket ilişkileri de son derece önemlidir. Güçlü devletler dev sermayeli küresel şirketleri kurallarına uymaya zorlayabilirken aynı güce sahip olmayan devletler açısından durum her zaman bu şekilde olmayabilir.

5.1.1. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerine İlişkin Düzenlemenin Hukuki Temeli

İnternet, hem bir temel hak hem de egemenlik yetkisi bağlamında düzenlenmesi gereken bir alan olarak uzun süredir anayasa hukukunun içinde yer alan ve önemi gün geçtikçe artan bir konudur.

İnternet, bağımsız bir hak olarak kabul edilsin veya edilmesin, mevcut hukuk kuralları ve kamu kurumların üzerine anayasal olarak düşünülmesi gereken bir kavram haline gelmiştir. Bu süreci ilk olarak 2003 yılında Birleşmiş Milletler bünyesinde toplanan Bilgi Toplumu Dünya Zirvesinde, şirketlerin, sivil toplum örgütlerinin ve hükümet temsilcilerinin uzun müzakereleri sonucunda Bilgi Toplumu'nun önemine vurgu yapılarak, bir ilkeler bildirgesi yayımlamasının başlattığı kabul edilebilir. Devamında 2011 yılında Birleşmiş Milletler İfade Özgürlüğünün Korunması ve Geliştirilmesi Özel Raportörü Frank La Rue bir rapor hazırlayarak "tüm bireylerin internet üzerinden her türlü bilgi ve düşünceyi arama, bunlara ulaşma ve bunları aktarma hakkı"nı ortaya koymuş, internetteki ifade özgürlüğünün geliştirilmesi ve korunması ile herkesin internete erişiminin güvence altına alınması önerisi getirmiştir. Bundan bir süre sonra Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Konseyi 2016 yılında çevrimdışı hakların aynısının çevrimiçi olarak da korunması gerektiğine yönelik tavsiye kararı yayımlamıştır. Bu tür gelişmeler "internete erişim hakkı" şeklinde bir hakkın olup olamayacağı; eğer olacak ise bunun, bir medeni hak mı, demokratik katılım aracı anlamında siyasal bir hak mı yoksa ücretsiz internete erişim anlamında bir sosyal hak mı olacağı gibi tartışmaları doğurmuştur. Gün geçtikçe bazı ülkeler, anayasalarında dahi internete yer vermeye de başlamışlardır. Örneğin Meksika Anayasası'nda 2013 yılında yapılan anayasa değişikliğinden sonra internete erişim hakkı şu şekilde düzenlenmiştir:

"Devlet bilgiye ve iletişim teknolojisine erişim ile radyo yayını, telekomünikasyon ve geniş bant İnternet hizmetine erişimi güvence altına alır." (Şirin, t.y.)

Ülkemizde de internete 2010 yılında yapılan Anayasa değişikliği ile Hakimler Savcılar Kurulu üyeliği için aday olan yargıç ve savcıların, Yüksek Seçim Kurulu tarafından belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde özgeçmişlerini bu iş için tahsis edilmiş bir internet sitesinde yayımlayabilecekleri hükmü getirilerek ilk kez "internet"e anayasa metninde yer

verilmiştir. AYM Kanunu'nda da Mahkeme'nin önemli kararlarının Mahkeme'nin internet sitesinde yayımlanacağı hükmüne yer verilmekle internet alanına artık anayasa hukuku anlamında da bir değer ve kabul tanımlanmıştır

Bu gibi nedenlerle devletlerin internet alanında bir düzenleme yapmaları kaçınılmaz hale gelmiştir. Burada da devletin böylesine bir mecranın toplum üzerindeki etkisine egemenlik yetkisini kullanarak müdahale edeceği aşikârdır.

Bu bağlamda Anayasa'nın 26. maddesinde "*Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet Resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir."* hükmü ile düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti tanınmış, bu hakkın televizyon yoluyla da kullanılabileceği ifade edilmiştir. Düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün televizyon yoluyla kullanılacağı hallerde doğal olarak bir izin sistemi kurulabileceği öngörülerek söz konusu özgürlüğün kullanımına dair ilke ortay konmuştur. Yine Anayasa'nın 27. maddesinde belirtildiği üzere "*Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir…Bu madde hükmü yabancı yayınların ülkeye girmesi ve dağıtımının kanunla düzenlenmesine engel değildir."* maddeden de anlaşıldığı üzere bilgi amaçlı veya sanat değeri olan yapımlar serbestçe açıklanıp yayınlanabilecektir. Bunların yayılması önünde bir engel bulunmamakla beraber yabancı yayınların ülkeye girmesi ve dağıtılması durumunda kanunla düzenleme yapılabileceği belirtilmiştir ki bu durum yabancı kaynaklı medya kuruluşlarının Türkiye'de gösterdikleri faaliyetler için geçerlidir. Ayrıca 133ncü madde de **"***Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir. Radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemek amacıyla kurulan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu dokuz üyeden oluşur…*"

Mezkur maddelerden yola çıkarak denilebilir ki ifade özgürlüğü, bilgi alma, haberleşme ve yayıncılık haklarına tanınan anayasal güvence sayesinde televizyon yayıncılığı ülke sınırları içinde yapılabilmektedir. Ancak televizyon yayıncılığı izin şartına tabi tutulmuştur. Yurt içinde yapılacak bu televizyon yayınları için alınacak izinler ve yurt dışından Türkiye'ye yönelik televizyon yayınlarının düzenlenmesi kanunla yapılacaktır.

Anayasada her ne kadar internet yayıncılığından bahsedilmemiş olsa da genel hüküm-özel hüküm ilişkisinden ve anayasal hakların özgürlükler lehine yorumlanacağı ilkelerinden yola çıkarak internet üzerinden yapılan yayınların da serbestlik esas alınarak ancak yine anayasada öngörülen şekilde kanunlarla izne ve düzenlemeye tabi tutularak yapılabileceği anlaşılmaktadır.

İsteğe bağlı yayın hizmetlerinin internetten de yürütülebileceğine dair anayasal zemin yukarıda belirtilen anayasal haklar iken konu kamu hukuku anlamında da "kamu yararı" kavramı üzerinden değerlendirilebilir. Zira isteğe bağlı yayınlar için anayasal zemin hazır olduktan sonra normlar hiyerarşisi gereğince konu kanun seviyesine gelecektir ve kanuni düzenlemeler söz konusu olacaktır. Bir alanın idare hukuku anlamında kanuna konu olabilmesi için kamu yararının mevcut olması gerekir.

Vatandaşların internete erişebilmelerini sağlamak şüphesiz bir kamu hizmeti niteliği taşımaktadır. Bu durumda doğal olarak internet üzerinden yapılacak isteğe bağlı yayınlar da dar anlamda kamu hizmetinin bir parçası sayılabilecektir. Çünkü isteğe bağlı yayın hizmetlerinin kalitesi ve etkin şekilde kullanılabilmesi doğal olarak internet altyapısının güçlü ve yeterli olmasını gerektirir. İsteğe bağlı yayın kuruluşlarının da ödedikleri lisans ücretlerine karşılık bu hizmetten kaliteli şekilde yararlanabiliyor olmaları gerekir. Açıkça anlaşılmaktadır ki internetin sağlıklı bir şekilde kullanılmasını sağlamak ve yaygınlaştırmak bir kamu hizmetidir.

İnternet erişiminin bir kamu hizmeti olduğu anlaşıldıktan sonra bu kamu hizmetini kamu yararı ile ilişkilendirmek gerekir. Geleneksel medya son çeyrek asırda neredeyse tamamen dijitalleştiğinden ve dijital çeşitlilik arttığından internet medya için de kaçınılmaz bir mecra olmuştur. Öyle ki bazı yabancı basılı medya araçları basım işlerini tamamen durdurarak sadece internet üzerinden hizmet vermenin eşiğine gelmiştir (Izadi, t.y.).

İnternet teknolojilerinin ve yaygınlığının bu denli arttığı dünyamızda internetin kamu yararına olan etkisi de çok daha açık şekilde gözler önüne serilmektedir. Medya ve internet arasında bu kadar yoğun bir bağ olması, internetin son derece yaygınlaşması, isteğe bağlı yayın hizmetlerinin yoğun ilgi ve talep görmesi bu konuda yapılması gereken düzenlemelerde kamu yararının mevcut olduğunun ispatı niteliğindedir.

Yine de internet her zaman denetim ve düzenleme konusunda en tartışmalı alanlardan biri olmuştur. Gerek sahanın hukukla düzenlen diğer alanlara göre çok yeni oluşu yeni gerek hızlı ve dinamik yapısıyla günden güne değişmesi internet ortamı hakkında düzenleme

yapmayı zorlaştırmaktadır. Yine de artık bireylerin erişimine bu denli açık olan ve artık kamusal alan niteliği taşıyıp taşımadığı dahi tartışma konusu haline gelen bu alan için hukuki düzenleme yapılması kaçınılmaz olmuştur.

Düzenlemeye duyulan ihtiyaç neticesinde önce 5651 sayılı "İnternet Ortamından Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" yürürlüğe girmiştir. Bu kanun medyadan ziyade internetin teknik alt yapısı, içerik sağlayıcılar, yer sağlayıcılar, erişim sağlayıcılar ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları, internet ortamında işlenen bazı suçların tanımı ve bu suçlara ilişkin yaptırımlar, içerik, yer ve erişim sağlayıcıların söz konuş suçlarla mücadeledeki görevleri ve nihayet BTK'nın tesisine ilişkinidir. İlerleyen zamanlarda 6112 sayılı 'Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'a "Yayın Hizmetlerinin İnternet Ortamından Sunumu" kenar başlıklı 29/A maddesi ilave edilmiştir. Böylece Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)'na, yayın hizmetlerini internet ortamından gerçekleştiren medya hizmet sağlayıcıları da denetleme görevi verilmiştir. Nihayet bu düzenlemenin ardından da 1 Ağustos 2019 tarihinde "Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik" çıkarılarak internet ortamından sunulan isteğe bağlı yayınların denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ortaya konulmuştur.

5.1.2. Yönetmeliğin Kapsamı

Yönetmeliğin 2. maddesinde yönetmelik ile denetlenecek yayınların neler olduğu tanımlanmış ve kapsam belirlenmiştir. Buna göre radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin internet ortamından sunumu ile bu yayın hizmetlerini internet ortamından sunan özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ve bu yayın hizmetlerinin iletimini sağlayan platform işletmecileri kapsama alınmıştır. Yönetmeliğin 4ncü maddesinde kapsama alınan kavramlar şu şekilde tanımlanmıştır:

İnternet ortamından isteğe bağlı yayın hizmeti: Bireysel iletişim hizmetleri dışında, programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak ve doğrudan veya koşullu erişim yoluyla internet ortamından izlendiği veya dinlendiği yayın hizmeti,

Bu kavramın diğer isteğe bağlı yayınlara ilişkin bir üst kavram niteliği taşıdığı ve hukuk mühendisliği gereği ortaya konulduğu düşünülmektedir. Böylece gerekli yerlerde tek bir üst kavramla tüm alt kavramlar kastedilebilecektir.

İnternet radyo yayını: Bireysel iletişim hizmetleri dışında, programların bir yayın akış çizelgesine dayalı internet ortamından yapılan ses ve veri yayını,

İnternet televizyon yayını: Bireysel iletişim hizmetlerinin dışında, programların bir yayın akış çizelgesine dayalı olarak izlenebilmesi amacıyla bir medya hizmet sağlayıcı tarafından sunulan şifreli veya şifresiz görsel-işitsel yayın hizmetinin internet ortamından yayınlanması,

Bu kavramlar internet üzerinden doğrudan ve sadece radyo veya televizyon yayını yapılmasını ifade eder. Geleneksel medyadan alışık olduğumuz televizyon veya radyodan tek farkı internet üzerinden ve dolayısıyla internete bağlanabilen bir cihazla takip edilebilmeleridir. Çünkü tanımda da belirtildiği üzere internet radyosu ve internet televizyonu lineer olarak tabir edilen belli bir yayın akışını izlemektedir.

İnternet yayın platform işletmecisi: Çok sayıda radyo, televizyon ve/veya isteğe bağlı yayın hizmetini internet ortamından kendilerine ait bir URL adresi ve/veya mobil uygulamalar vasıtasıyla iletimini sağlayarak, doğrudan ve/veya koşullu erişim yoluyla tümleşik televizyon alıcısı, bilgisayar, akıllı telefon, tablet veya benzeri cihazlarla alınabilecek şekilde kullanıcıların hizmetine sunan kuruluş,

Bu kavramla kastedilmek istenen ise D-Smart, Tivibu, Digitürk gibi birden çok yayıncıyı bünyesinde barındıran, kendisi doğrudan içerik üretimi yapmayan ancak bu içeriklerin farklı mecralardan tek bir ekranda izlenebilmesini sağlayan kuruluşlardır.

İsteğe bağlı yayın hizmeti: Programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve/veya münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmeti,

Bu kavram da bir üst kavram olarak kullanılmakla beraber daha geniş bir anlam taşımaktadır. Sadece internet ortamından yapılan değil, kablo ve uydu ortamlarından yapılan isteğe bağlı yayın hizmetleri de bu kavramın altına girmektedir.

Belirtilen şekilde internet üzerinden yapılan radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayınların denetlenmesi ile ilgili hukuki çerçeve çizilmiş olsa da reklam kastı taşımayan bazı örnekler vermek yeni bir saha olan alanın anlaşılmasını daha da kolaylaştıracaktır. Bu anlamda yönetmelikte internet radyo yayını ile kastedilen Süper FM, Radyo Viva, Radyo Turkuvaz gibi radyo yayınını doğrudan internet aracılığıyla dinleyicilere ulaştıran yayınları; internet televizyon yayınları Bloomberg, A Haber, NTV gibi ülkemizdeki geleneksel

televizyon kanallarının internet üzerinden izleyiciye ulaştırılmasını ve nihayet isteğe bağlı yayın Spotify, Apple Music, Qobuz gibi dinleyicinin istediği anda istediği müzik veya ses dosyasını dinleyiciye sunan ya da Netflix, Amazon Prime, Blu TV gibi izleyicinin istediği anda istediği video, film veya görseli izleyiciye sunan platformlardır.

Yönetmeliğin 2. maddesinde belirtildiği şekilde belirtilen yayın hizmetlerini internet ortamından iletimini sağlayan platform işletmecileri de yönetmeliğin kapsamındadır. Tanımlar kısmında internet ortamından yayın iletim yetkisi "İnternet yayın platform işletmecisi kuruluşların radyo, televizyon ve/veya isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından ve/veya mobil uygulamalar vasıtasıyla iletmeleri" olarak tanımlanmıştır. Yönetmeliğin 5. Maddesinde de "Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından iletmek isteyen platform işletmecileri Üst Kuruldan internet ortamından yayın iletim yetkisi almak zorundadır." denilerek yayın iletimi yapan şirketlerinde doğrudan isteğe bağlı yayın hizmeti yürüten şirketlerle benzer hükümlere tabi olacağına işaret edilmiştir.

Kapsam kadar kapsam dışında kalan alanların belirlenmesi de önemlidir. Yönetmelik ile kapsam dışında bırakılan iki kavramdan biri doğrudan tanımlanmıştır. Buna göre yönetmeliğin 2. maddesinde belirtildiği üzere bireysel iletişim hizmetleri denetimin dışındadır. Bireysel iletişim tanımı verilmemişse de kanaatimizce kastedilen analog veya dijital herhangi bir cihazla internet ortamından olsun ya da olmasın sesli, yazılı, görsel bütün iletişim biçim ve yöntemlerini ifade eder. Zira bireysel iletişim denildiğinde doğrudan Anayasanın 2. maddesinde belirtilen haberleşme özgürlüğü anlaşılmaktadır ki haberleşme özgürlüğünde de yine doğrudan anayasanın deyimiyle gizlilik esastır. Her ne kadar bireysel iletişimin dahi millî güvenlik, kamu düzeni, suç işlenmesinin önlenmesi, genel sağlık ve genel ahlâkın korunması, başkalarının hak ve özgürlüklerinin korunması sebeplerinden biri veya birkaçının beraber olduğu durumlarda denetlenebileceği belirtilmişse de bu denetim ancak kanunla yetkilendirilmiş bir merciin kararı ile ve/veya hâkim kararı ile yapılabilmektedir. Hâkim kararı özel bir hukuki olaya ilişkin oluşu ve yönetmelikte belirtilen yayınların ise kitle iletişim anlayışı içerisinde yapılan genel yayınlar oluşundan yola çıkarak bu iki kavram arasında bir tezat olduğu sonucuna varılabilir. Yayıncılık faaliyeti kitlelere hitaben yapılır ve yönetmelikle görevlendirilen kurum da bu yayıncılık faaliyetlerini denetleyen ve düzenleyen RTÜK'tür. Bireysel iletişim ise yoğun şekilde telefonlarla, internet uyumlu telefon uygulamalarıyla veya doğrudan internet üzerinden çeşitli programlarla yürütülmektedir. Hacim olarak düşünüldüğünde de bireysel iletişimin hacmi,

miktarı ve yoğunluğu internet ve televizyon yayıncılığınınkinden çok daha fazladır. RTÜK'ün böyle bir yük altına girmesi düşünülemeyeceğinden yönetmelikte belirtilen bireysel iletişimi geniş şekilde anlamak ve yorumlamak yerinde olacaktır.

Kapsam dışında tutulduğu belirtilen diğer bir alan da yönetmelikte şu şekilde tanımlanmıştır:

Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından iletmeye özgülenmemiş platformlar ile radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerine yalnızca yer sağlayan gerçek ve tüzel kişiler, bu Yönetmeliğin uygulanmasında platform işletmecisi sayılmaz.

Söz konusu ifadeden bir platformun radyo, televizyon ve ya isteğe bağlı yayın türlerinden herhangi birine veya birden fazlasına yer verse bile eğer platform bu yayınları iletmeye özgülenmemiş ise, başkaca bir işlevi de varsa kapsam dışında tutulacağı anlaşılmaktadır.

Radyo, televizyon veya isteğe bağlı yayınların iletimini yapan ancak aynı zamanda sadece bu iletime özgülenmemiş ve başka işlevleri de olan bir mecrayı soyut olarak tasavvur etmek güçtür. Ayrıca yönetmeliğin belirttiği iletim işlevi ile farklı işlevleri bir arada bulunduran bir platformun hangi işlevi önceledığini, hangi işleve özgülendiğini ve hangi işlevin tali olduğunu tespit etmek de zordur. Zira soyut örnek üzerinden değil de somut örnekler üzerinden gidilecek olursa bir platformun farklı özelliklerini görmek ve farklı işlevlerin bir arada bulunuşunu anlamak daha kolay olacaktır.

Söz gelimi Netflix tarafından başlatılan ve daha sonra YouTube, Disney+, HBO, HULU ve Amazon Prime Video'nun da katıldığı Teleparty uygulaması ile birbirlerinden ayrı yerlerde bulunan kişiler bir grup oluşturarak istedikleri içerikleri beraber ve aynı anda fakat farklı yerlerde kendi cihazlarından izleme imkânına sahiptirler. Adı geçen platformların isteğe bağlı yayına özgülendikleri konusunda şüphe yoktur. Ancak Facebook Messenger uygulaması söz konusu olduğunda işin rengi değişmektedir. Çıkış tarihi itibariyle kişisel iletişime özgülendiği konusunda şüphe bulunmayan Messenger uygulaması yeni sürümünde yer alan Watch Together özelliğiyle birden fazla kişinin kendi cihazlarından farklı yerlerde ve aynı anda video izleyebilmesini mümkün kılmaktadır. Ancak Messenger gibi bir mecrada önceden üretilmiş bir içerik çok sayıda izleyiciye sunulduğunda hatta belki bu durum düzenli bir hal aldığında yönetmeliğin kapsamında girip girmeyeceği belirsizdir. Her ne kadar 5651 sayılı kanunda sosyal ağ sağlayıcı kavramı ile "sosyal etkileşim amacıyla

kullanıcıların internet ortamında metin, görüntü, ses, konum gibi içerikleri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşmalarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişiler" kastedilmişse de kavramlar arasında bir kesişim kümesi oluşabileceği ve bu kümenin suistimale açık hale gelebileceği açıktır.

Bu tartışmanın en can alıcı noktası da YouTube'un yönetmelik anlamında isteğe bağlı yayın hizmeti sayılıp sayılmadığıdır. Böylece RTÜK'ün denetim yetkisinin de YouTube'u kapsayıp kapsamadığı ortaya çıkacaktır. YouTube daha ziyade bireysel iletişim için kullanılıyor gibi görünse de amatör dizi, film, podcast gibi pek çok profesyonel yapımı da bünyesinde barındırmaktadır. Bu niteliği itibariyle yönetmelik bağlamında YouTube'un bir isteğe bağlı yayın platformu olup olmadığı belirsizdir. Birçok geleneksel medya kuruluşunun YouTube'da kesintisiz naklen yayınlarının olması durumu daha karmaşık hale getirmektedir. Bir yanda da yine YouTube üzerinden gerçekleştirilen profesyonel yapımların katalog içinde sunulması meselesi vardır. Tıpkı isteğe bağlı yayınlarda olduğu gibi izleyiciler diledikleri zaman diliminde katalogdan istedikleri içeriği izleyebilmektedirler.

Mesele sadece bir mecrayı denetlemekten de ibaret değildir. Hakkında hüküm konulan bir alanda yaptırım uygulayabilmek de elzemdir. YouTube gibi içeriği tek başına koyma ve kaldırma yetkisine sahip olan mecralarda BTK veya başka bir idari kurum tarafından içeriğe müdahale edilmesi, belli bir içeriğin kaldırılması veya engellenmesi mümkün olmamaktadır. Bu durumda ya geçmişte olduğu gibi tamamen YouTube'a erişim engeli getirilmektedir ya da ilgili saha denetimsiz kalmaktadır.

5.1.3. Yönetmelik İle Getirilen Yükümlülükler

6112 sayılı Kanun'un 29/A maddesi henüz tasarı halinde iken maddeye ilişkin gerekçe, yayın lisansı veya iletim yetkisi verilecek şirketlere mali ve hukuki yükümlülükler getirmekti. İkinci gerekçe ise, lisans alan kuruluşların Türkiye'ye yönelik yayınlarında içerik denetimi yapabilmekti. Gerekçeler bu açıdan ele alındığında asıl gayenin tıpkı geleneksel medya kuruluşlarına getirilenler gibi radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından sunan yayıncılara da benzer hukuki ve mali sorumluluklar uygulayarak haksız rekabetin önüne geçmektir (Aluç, 2022).

Yönetmeliğin çerçevesini 6112 sayılı Kanun'un 29/A maddesi belirlediğinden öncelikle bu madde üzerinde durmak yerinde olacaktır. 29/A maddesi ile Üst Kuruldan geçici yayın hakkı veya yayın lisansı alan veya her ikisine birden sahip olan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayınlarını internet ortamından da sunabilecekleri belirtilmiştir. Doğal

olarak bu yayınlar da 6112 sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun hükümlerine tabi olacaklardır. Sadece Türkiye'de bulunan yayıncı kuruluşlar değil içerik veya yer sağlayıcısı yurt dışında bulunan yayıncı kuruluşlar da belli şartlarda lisans almak durumunda olacaklardır. Bu şartlar aşağıda detaylıca incelenecektir.

Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini sadece internet ortamından sunmak isteyen medya hizmet sağlayıcıların Üst Kuruldan yayın lisansı almaları öngörülmüştür. Yayınları internet ortamından iletmek isteyen platform işletmecilerinin ise tıpkı yayın lisansı gibi yayın iletim yetkisi almaları gerekmektedir.

Yayın hakkı, yayın lisansı bulunmayan ya da mevcut hak ve lisansları iptal edilen gerçek ve tüzel kişilerin yayın hizmetlerini internet ortamından ilettiklerinin tespiti halinde yayınların hakim kararıyla müdahale edilebilecektir. Bu müdahalenin belli bir içeriğin kaldırılması, erişimin engellenmesi veya her ikisi ile olabileceği belirtilmiştir. Kararı uygulayacak merci internet ile ilgili teknik konularda yetkili olan BTK'dır. Hukuk devleti ve hukuk güvenliği ilkeleri gereğince elbette idarenin kararları yargı yoluna açıktır.

Bireysel iletişimin, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından iletmeye özgülenmemiş platformların, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerine yalnızca yer sağlayan gerçek ve tüzel kişilerin 29/A maddesinin uygulanması hakkında platform işletmecisi sayılmayacağı ifadesi de Yönetmelikte belirtilmesine rağmen normlar hiyerarşisine göre önce kanunda belirtilmiştir. Bununla beraber BTK'nın görev ve yetkilerinin saklı kaldığı belirtilmiştir.

Yine 29/A maddesi ile lisanslama, yayın iletim yetkisi, isteğe bağlı yayınların denetlenmesi ve 29/A maddesinin uygulanmasına ilişkin usul ve esasların yönetmelikle düzenleneceği belirtilmiştir. Yönetmeliğin RTÜK ve BTK tarafından müştereken çıkarılacağı da ifade edilmiştir.

5.1.4. Lisanslama

Yönetmeliğin 3ncü maddesinde de belirtildiği üzere yönetmeliğin dayanağı 6112 sayılı kanundur. 6112 sayılı kanunun 29/A maddesinde de "*Üst Kuruldan geçici yayın hakkı ve/veya yayın lisansı bulunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların…internet ortamından yayın yapabileceği"* ve yine "*Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini sadece*

internet ortamından sunmak isteyen medya hizmet sağlayıcıların Üst Kuruldan yayın lisansı" almaları gerektiği belirtilmiştir. Bahsedilen lisans tanımı da yine 6112 sayılı Kanunun 3ncü maddesinin (hh) bendinde verilmiştir. Buna göre yayın lisansı "*Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, bu Kanun ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan yönetmelik ve diğer düzenlemelerde belirtilen şartları haiz oldukları takdirde kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan her türlü teknoloji ile yayın yapabilmeleri için her bir yayın türü, tekniği ve ortamına ilişkin olarak ayrı ayrı olmak üzere Üst Kurulca verilen izin belgesini"* ifade eder. Görüldüğü üzere tanımda da kanuna dayanılarak çıkarılan yönetmeliklerde belirtilen izin belgeleri işaret edilmektedir. Anlaşıldığı gibi kanun ve yönetmelik birbirlerine işaret etmektedirler ve yönetmeliğin belirttiği şekilde yayıncıların isteğe bağlı yayın yapılabilmesine ilişkin lisans verilmesi 6112 sayılı Kanundan temelini almaktadır.

Yönetmelikte ise internet üzerinden isteğe bağlı yayın yapacak kuruluşlar için aranan lisans şartı daha detaylı ifade edilmiştir. Yönetmeliğin 4ncü maddesinin (j) bendinde "internet ortamından yayın lisansı" ise "*Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, mobil uygulamalar dâhil internet ortamından tümleşik televizyon alıcısı, bilgisayar, akıllı telefon, tablet ve benzeri cihazlarla alınabilecek şekilde radyo, televizyon ve/veya isteğe bağlı yayın yapabilmeleri için Üst Kurulca verilen izin belgesi*" olarak tanımlanmıştır.

Hem kanunda hem de yönetmelikte yayıncı kuruluşların ancak anonim şirket olarak faaliyet gösterebilecekleri hükmü getirilmiştir. Bilindiği üzere anonim şirketlerde ortaklar sadece taahhüt etmiş oldukları sermaye payları miktarınca şirkete karşı sorumludurlar. Bunun dışında şirket tüzel kişiliğinin kendi borçları için ortaklar taahhüt ettikleri sermaye payından daha fazlası için kendi mal varlıkları ile sorumlu olmamaktadırlar. Bu da anonim şirketlerde mali anlamda daha kurumsal bir yapı oluşmasına sebep olur. Piyasada da anonim şirket ortaklarının isminden ziyade kendi mali gücü, marka değeri ve mal varlıkları ile tanınır. Ticari ilişkileri de bu çerçevede şekillenir.

Yayıncı kuruluşlar da her ne kadar yayıncılık faaliyeti ile uğraşsalar ve yayıncılık toplum açısından ne kadar önemli ve yaygın bir faaliyet olsa da günün sonunda ticaret dünyasının birer aktörü ve ticari birer işletmedirler. Yönetmelikte yayın lisansının sadece anonim şirketlere verilebileceğinin düzenlenmesi kanun koyucu tarafından yayıncılığın kişiler veya komandit şirket, kollektif şirket gibi kişi temelli şirketler eliyle değil de anonim şirket gibi kurumsal ve güçlü yapılar eliyle yürütülmesinin istendiğini bize söylemektedir. Neticede yayıncı şirketler de bir yandan piyasadaki rekabete karşı ayakta kalabilmeli diğer

yandan da ticari hayattaki varlığını sürdürerek ilişki içinde bulunduğu diğer şirketleri de zarara uğratmamalıdır. Yönetmeliğin bu şekilde yayıncı kuruluşlar için doğrudan anonim şirket eliyle faaliyet yürütülmesinin istemesi yayıncılık sektöründe rekabetin korunması adına önemli ve faydalı olduğu söylenebilir.

Rekabeti ve medyada çeşitliliği korumaya yönelik bir hüküm de medya hizmet sağlayıcı kuruluşun ancak bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilmesine ilişkindir. Şirketler her bir hizmet için ayrı yayın lisansı almak zorunda olsalar da bir şirket aynı mecrada birden fazla yayın yapamayacaktır. Ancak uygulamada büyük şirket topluluklarının küçük şirketler aracılığıyla aynı yayın türlerinde birden fazla yayın lisansına sahip olduğu bilinmektedir. Buna karşılık her ne kadar Türk Ticaret Kanununda "şirketler topluluğu" kavramı yer almaktaysa da bu toplulukların belirtilen şekilde birden fazla lisans alabilmelerinin önü açıktır. Bu durumda ticari rekabet konusunda Sermaye Piyasaları Kurulu ve Rekabet Kurumunun yetkili olduğu düşünülmekte ise de medyada çeşitlilik ve çok seslilik konusunda potansiyel tehditler mevcut olduğu düşünülebilir.

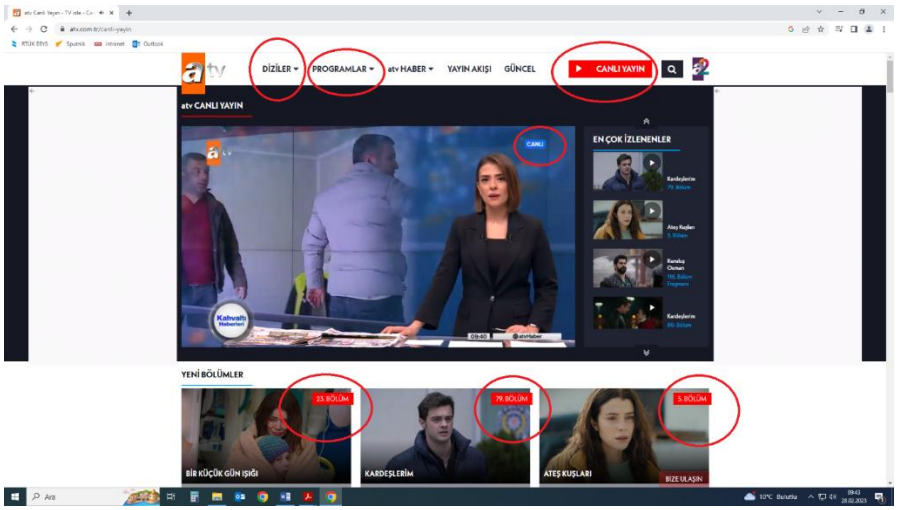
Şirket kurma zorunluluğu ile ilgili bir diğer önemli husus ise başta büyük ölçekli yayıncı kuruluşlar olmak üzere isteğe bağlı yayın hizmetlerinden sağlanana gelirlerden vergi elde edilmesine ilişkindir. Zira önemli yayıncı kuruluşlar yurt dışında bulunsalar da Türkiye'ye yönelik yaptıkları yayınlardan ciddi gelir elde etmektedirler. Yönetmelik ile yabancı şirketler de böylece Türkiye'de şirket kurmuşlardır. Buna göre 27.02.2023 tarihi itibariyle yerli ve yabancı toplam 40 şirketin internet üzerinden isteğe bağlı yayın lisansı mevcuttur (RTÜK, t.y.). Bu şirketler sadece isteğe bağlı yayın hizmetlerinin internet üzerinden sunumu için lisans alan şirketlerin sayısıdır. Yönetmelik internet üzerinden radyo ve televizyon yayınlarının denetlenmesini de kapsamına aldığından bu yayınların internet üzerinden sunumuna ilişkin ayrıca lisans alınmasını öngörmüştür. Buna göre televizyon yayınlarını internet üzerinden sunma konusunda lisans sahibi olan 35 şirket varken (RTÜK, t.y.) internet üzerinden radyo yayını yapma hususunda lisans sahibi olan 12 şirket (RTÜK, t.y.) bulunmaktadır. Bu lisans tipleri yönetmelikte İNTERNET-RD, İNTERNET-TV ve İNTERNET-İBYH olarak belirtilmiştir.

Burada hal-i hazırda yayın hakkı ve/veya yayın lisansı bulunan medya hizmet sağlayıcılar ile ilgili bir ayrıntı vardır ki o da şudur: Yönetmeliğin 6ncı maddesine göre daha önceden Üst Kurul'dan geçici yayın hakkı ve/veya yayın lisansı almış olan hizmet sağlayıcı kuruluşlar bu lisansın sağladığı hak ile yayınlarını internet ortamından da sunabileceklerdir.

Tabiidir ki bu yayınlarda da 6112 ve 5651 sayılı Kanunlar ile ilgili yönetmeliklere uyulması gerekir. Başka deyişle kablolu ortamdan veya uydu tekniği ile yayın yapan kuruluşlar aynı yayını internet üzerinden aktarmak için yeni bir lisansa ihtiyaç duymayacaktır. Birçok ana akım medya kuruluşunun televizyon ekranlarından yaptıkları yayınları canlı veya katalog şeklinde internet sitelerinden sunması bu maddenin uygulanmasına örnek teşkil etmektedir.

Şekil 6

"ATV" logolu medya hizmet sağlayıcı kuruluşun internet sitesinde yer alan canlı yayın akışı ile geçmiş programların kayıtları



Kaynak: https://www.atv.com.tr/canli-yayin Erişim Tarihi: 11.01.2023

Şekil 7

"FOX" logolu medya hizmet sağlayıcı kuruluşun internet sitesinde yer alan canlı yayın akışı ile geçmiş programların kayıtları



Kaynak: https://www.fox.com.tr/canli-yayin Erişim Tarihi: 11.01.2023

Lisanslama ile ilgili bir diğer ayrıntı da yayınları internet ortamından iletmek isteyen platform işletmecilerine ilişkindir. 6112 sayılı Kanun'un 29/A maddesine göre "…*yayınları internet ortamından iletmek isteyen platform işletmecileri de Üst Kuruldan yayın iletim yetkisi almak zorundadır."* Yine Yönetmelik'in 5. maddesinin altıncı fıkrası "*Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından iletmek isteyen platform işletmecileri Üst Kuruldan internet ortamından yayın iletim yetkisi almak zorundadır.*" hükmünü âmirdir. Buradan anlaşılacağı üzere platform işletmecileri hal-i hazırda sahip oldukları yayın iletim yetkisi ile yayınlarını internet üzerinden iletemeyeceklerdir. Platformların internet üzerinden yayın iletebilmeleri için Yönetmelik'in 4 ncü maddesinin (i) bendinde tanımlanan "İnternet ortamından yayın iletim yetkisine" sahip olmaları gerekir ki bu yetki tanımlar kısmında "*İnternet yayın platform işletmecisi kuruluşların radyo, televizyon ve/veya isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından ve/veya mobil uygulamalar vasıtasıyla iletebilmeleri için Üst Kurulca verilen yetkilendirme belgesi*" olarak tanımlanmıştır.

Lisanslamanın önemli bir sebebi de yayıncı kuruluşu tanımlamak, tanımak ve yetkilileri belirleyebilmektir. Yönetmelik'in 7nci ve 8inci maddelerinde yayıncı kuruluşlardan ve iletim yetkisi talep eden platformlardan istenilen belgelerden durum anlaşılmaktadır. İnternet yayın lisansı talebi için gereken dilekçenin yanında şirket ana sözleşmesi, şirketin borçlarını ödeyebilecek güce sahip olduğunu göstermesi adına istenen en az sermaye tutarının tamamının ödendiğine ilişkin mali müşavir raporu, ortak, yönetim kurulu üyeleri, genel müdür ve sorumlu müdür ile varsa genel müdür yardımcısına ait kimlik ve ikamet bilgileri ile adli sicil kaydı da Üst Kurula teslim edilmektedir. Böylece mali ve idari konularda sorumlu kişiler belirlenerek kayıt altına alınmaktadır. Yayın iletim yetkisi başvurularında bu belgelerden mali müşavir raporu istisna tutulmuştur.

Yönetmelik'te belirtilen belgeler tahdidi olarak sayılmışsa da bu durum Üst Kurul'un belgelerin teslimi halinde lisans vermek zorunda olduğu anlamını taşımamaktadır. Buna ilişkin ne 6112 sayılı Kanunda ne de Yönetmelik'te bağlayıcı bir hüküm yoktur. Tam tersine başvuruların mevzuat hükümlerine göre Üst Kurulca değerlendirilerek *"uygun bulunanlara"* internet ortamından yayın iletim yetkisi veya lisans verileceği belirtilmiştir. Buradaki değerlendirme elbette kanun ve yönetmeliklere uygunluk anlamında olup takdir yetkisi kullanımı anlamına gelmemektedir. Ayrıca 6112 ve 5651 sayılı Kanunlara göre RTÜK ve BTK görevlerine ilişkin olarak gerektiği zaman her türlü belge, bilgi ve kaydı kuruluşlardan isteme yetkisine sahiptir. Bununla beraber mevzuat uyarınca medya hizmet

sağlayıcılar hangi URL adresinden yayın hizmeti sunulacağını, şirkete ait künye bilgilerini, iletişim adresini, geçerli elektronik posta adresini, sorumlu müdür ile izleyici temsilcisinin isimleri ile iletişim bilgilerini internet sitesinde yayınlamakla yükümlüdür. Ancak bu kural sadece medya hizmet sağlayıcılar için geçerlidir. Platform işletmecileri bu kuralın dışında tutulmuştur.

Yönetmelik'in 16ncı ve 17nci maddeleri ile de medya hizmet sağlayıcılar ve internet yayın platformlarına ilişkin bir dizi yükümlülük getirilmiştir. Buna göre kuruluşlar Üst Kurula sundukları belgelerdeki değişiklikleri bildirmekle, Üst Kurulca uygun görülmeyen yayınları kataloglardan çıkarmakla, içeriklerin Üst Kurulca erişilebilmesi ve izlenebilmesi için erişim izni vermekle, görüntülü yayınlarda ses de görüntü ile birlikte şifrelemekle, yayınları belli süreyle muhafaza etmekle, Üst Kurulca istenen yayın kaydının bir kopyasını, buna ilişkin yazının kendilerine tebliğ edilmesinden itibaren on gün içinde Üst Kurula ulaştırmakla, Koruyucu sembol sistemi kullanarak izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirmekle yükümlüdürler.

Özetlemek gerekirse geleneksel tarzdaki yayınların internet ortamından sunumu, doğrudan internet üzerinden radyo veya televizyon yayını, isteğe bağlı yayın hizmetlerinin sunumu ya da bunlardan bazılarını bir arada bulundurmayı amaçlayan platform şeklindeki hizmetlerin her biri RTÜK tarafından verilecek lisansın varlığı ile yasal hale gelmektedir. Bunlar dışında kalan yayınlar kanun ve yönetmelik dışında kalan yayınlar olmaları hasebiyle kabaca kaçak yayın olarak tanımlanabilirler.

Yayın lisansı almayan medya hizmet sağlayıcılar ve yayın iletim yetkisi olmayan platform işletmecileri için yaptırımlar öngörülmüştür. Buna göre Yönetmelik'in 10. maddesi uyarınca Üst Kurul resen veya şikâyet üzerine lisanssız olarak internet ortamından yayın hizmetleri sunumunu tespit edebilir. Tespitler Üst Kurulun internet sitesi üzerinden duyurulur. Bundan sonra aşamalı bir süreç izlenir. Öncelikle yayın hizmetleri sunan gerçek veya tüzel kişiye internet ortamından yayın lisansı için başvurabileceği bildirilir. Lisans ücretinin üç aylık kısmına tekabül eden miktarı ödendiği takdirde yayına devam edilebilir. Bu süre bir defaya mahsus olmak üzere 3 ay daha uzatılabilir. Uzatma için aynı şekilde 3 aylık süreye tekabül eden lisans bedeli ödenmelidir. Bu süre içinde yayın lisansı alınmaması, ücretlerin ödenmemesi ya da duyuruyu takip eden 72 saatlik süre içinde yayınlara son verilmezse Üst Kurul tarafından sulh ceza hakimliğine başvurularak ilgili içeriğin çıkarılması veya yayının tamamen engellenmesi talebinde bulunulabilir. Ayrıca 6112 sayılı

Kanunun 33 üncü maddesi uyarınca yayın yapan gerçek kişiler ile tüzel kişilerin yönetim kurulu üyeleri ve genel müdürü hakkında suç duyurusunda bulunulur. İnternet ortamından yayın iletim yetkisi almadan yapılan yayın hizmetleri için de benzer süreç uygulanır.

Yaptırım sürecinin önce ihtar ile başlaması, devamında idari işlem uygulanması ve nihayetinde yaptırımın mahkeme kararı ile tamamlanması hem anayasal anlamda demokratik hukuk devleti ilkesi ile bağdaşır hem de ifade özgürlüğünün ölçülülük ilkesine uyularak sınırlandığını gösterir. Bu anlamda yönetmelik çağdaş ve uzlaşmacı bir çizgi izlemektedir.

5.1.5. Lisans Ücreti ve Mali Yükümlülükler

6112 sayılı Kanun'un 29/A maddesi ve Yönetmelik ile birlikte, internet üzerinden yayın yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar yayın lisansı için ücret ödemek durumundadırlar. Yine internet yayın platform işletmecileri yayın iletim yetkisi için ücret öderler. Belirtilen ücretlerle beraber ticari iletişim ve abone gelirlerinden pay ödenmesi hususları da mevzuatta düzenlenmiştir.

Yönetmelik'te İNTERNET-RD yayın lisansı için 10.000,00 Türk lirası; İNTERNET-TV yayın lisansı için 100.000,00 Türk lirası ve İNTERNET-İBYH yayın lisansı için 100.000,00 Türk lirası ücret ödeneceği belirtilmişse de bu miktarlar 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun "Enflasyon Düzeltmesi, Yeniden Değerleme Oranı ve Yeniden Değerleme" başlıklı mükerrer 298inci maddesinin (B) fıkrası gereğince her yıl yeniden değerleme oranına göre artmaktadır.

İnternet ortamından tele alışveriş konulu tematik yayın lisans ücretleri ise belirtilen bedellerin beş katı olarak hesaplanır ki ticari iletişime hasredilmiş bir yayın organının diğer yayın organlarından daha fazla gelir sağlayacağı düşünüldüğünde bu hüküm adildir.

Yönetmelik'in ödenmesini öngördüğü bir diğer ücret kalemi de abonelik gelirlerine ilişkindir. İlgili hükme göre "*Yayın hizmetlerini abone ve/veya kullanıcılara ücret karşılığında ve koşullu erişim yoluyla sunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar yıllık net satışlarının binde beşini izleyen yılın nisan ayı sonuna kadar Üst Kurula öderler."* Ödemeler Yönetmelik'te belirtildiği şekilde taksitle yapılabilmektedir. Bu da yayıncılar için ciddi bir kolaylık sağlamaktadır.

Lisans süresi 10 yıl ile sınırlı olduğundan lisans yenileme işlemleri 10 yılda bir tekrarlanır. Yenileme sırasında lisan ücreti yayıncı kuruluşlar veya platformlar tarafından tekrar ödenir.

Talep edilen lisans ücretleri uluslararası ölçekteki Netflix, Amazon Prime Video gibi veya bu ölçekte mali güçleri olmasa da ülkesel anlamda büyük sayılabilecek Blu TV, Puhu TV gibi yayın platformları ve medya hizmet sağlayıcılar için az sayılabilir. Söz konusu ücreti ödeme gücüne sahip olmayan ve bu nedenle internet sitelerini kapatmak zorunda kalabilecek belirsiz sayıda yayıncının mevcut olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır. Konu ile ilgili yapılan bir araştırma Türkiye'de 2018 yılı başından 2019 yılının Ocak ayına kadar 184 televizyon ve radyo kanalının maddi imkânsızlıklar sebebiyle kapandığını belirtmektedir. Belirtilen ücretlerin daha makul olmasının medyada çok sesliliği tesis edeceği ve koruyacağı belirtilmiştir (Ergüney, 2020). Bununla beraber medya şirketleri ekonomik olarak birbirlerinden çok farklı boyutlardadır. Tüm şirketler için sabit bir ücret uygulanmasının adaletsizliğe yol açacağı açıktır. Şirketlerin bütçelerine göre kademeli bir tarife uygulanması da söz konusu olabilir.

Yönetmelik ile getirilen bir başka yükümlülük ticari iletişim ve abonelik gelirlerinden RTÜK'e ödenen paydır. Yönetmelik'in 16ncı maddesinin 1 fıkrasının (j) hükmü uyarınca "Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşların Elde Ettiği Ticari İletişim Gelirlerinin Denetimi ve Bu Gelirler Üzerinden Alınacak Üst Kurul Paylarının Beyan ve Ödenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" gereği medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ticari iletişim gelirlerini beyan ederler. Ödenecek miktar ilgili yönetmelikte belirtildiği üzere "…*Program destekleme gelirleri hariç aylık brüt ticari iletişim gelirlerinin %1,5'i…"* kadardır.

Gelirleriyle ilgili beyan vermeyen kuruluşlar için idari para cezası öngörülürken idari ceza ön bildirim şartına bağlanmıştır. Diğer bir deyişle Üst Kurul'un idari ceza parasına hükmedebilmesi için önce kuruluşa bildirimde bulunması gerekir. Yine Üst Kurul'un bildirimi ile ilgili kuruluşların hesapları Maliye Bakanlığınca incelemeye alınır. Nihayet bedellerin ödenmemesi halinde alacaklar 21/7/1953 tarihli ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun 51inci maddesine göre belirlenen gecikme zammı oranında hesaplanacak faizi ile birlikte genel hükümlere göre tahsil edilir.

Üst Kurul'un yayıncı kuruluşların mali yapıları hakkında Maliye Bakanlığından destek alma hakkı sadece belirtilen miktarların ödenmemesi hali ile sınırlı değildir. Ticari

iletişim gelirlerinin Üst Kurul'a düşen payını Üst Kurul her zaman Maliye Bakanlığı aracılığıyla inceletebilir.

5.1.6. Kanun ve Yönetmelik Çerçevesinde İçerik Denetimi

Hem medya alanının bir sektör olarak devam edebilmesini sağlamak ve bu sürdürülebilirlik kapsamında piyasayı etkileyen diğer aktörler arasındaki ilişkileri düzenlemek hem de bu çalışmalardan en çok etkilenen grup olan izleyiciyi korumak gerek özel gerek kamusal otoritelerin ortak katılımıyla gerçekleştirilmesi gereken bir zorunluluktur. Düzenleyici ve denetleyici kuruluşlar sektör çalışmalarını takip eder ve aktörler arasındaki ilişkilerin kurallara uygun işleyip işlemediğini gözetir. Düzenleyici ve denetleyici kuruluşların aynı zamanda kamu otoritesini sağlama görevi de bulunmaktadır. Medya alanında da özellikle radyo, televizyon ve internet yayıncılığının belli kurallar etrafında yürütülmesinden RTÜK ve BTK sorumludur (Aluç, 2022).

En geniş haliyle ifade etmek gerekir ki internet ortamından yayın hizmeti sunan medya hizmet sağlayıcılar ile platform işletmecileri 6112 ve 5651 sayılı Kanun'un hükümlerine, Radyo, Televizyon Ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik'e, ilgili diğer mevzuata ve dahası Türkiye'nin taraf olduğu milletlerarası antlaşmalara uymakla yükümlüdürler. Bu çerçevede RTÜK'ün mevzuata uygun bulmadığı içerikler program kataloğundan çıkartılır.

İnternet yayın platform işletmecileri ise Yönetmelik'in 17nci maddesinde belirtildiği şekliyle medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sorumlu oldukları mevzuatın yanı sıra İdari ve Mali Şartlar Yönetmelik'inde öngörülen sorumlulukları da yerine getirmekle yükümlü kılınmıştır. Buradan anlaşılacağı üzere; internet üzerinden yayın yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ve internet yayın platform işletmecilerinin yayın içeriklerini 5651 sayılı Kanun'un 'Erişimin engellenmesi kararı ve yerine getirilmesi' kenar başlıklı 8inci maddesinde yer alan katalog suçlar ve 6112 sayılı Kanun'un 8inci Maddesinde yer alan yayın hizmeti ilkelerini göz önünde bulundurarak sunmaları gerekmektedir.

5651 sayılı Kanun verilen hizmetin yayın hizmeti niteliğinde olsun veya olmasın internet ortamından sunulan tüm içerikler hakkında uygulanan, hukuka aykırı içeriklere yönelik yaptırımları ele alan kanundur. İnternette yer alan bir içeriğinin suç niteliği taşıması halinde veya 5651 sayılı Kanun'da belirtilen hallerin ortaya çıkması durumunda sunulan içeriklere uygulanacak yaptırımlar bu mevzuatta düzenlenmiştir.

5651 sayılı Kanun'un 8inci Maddesinde katalog suçlar şu şekilde sayılmıştır:

a) 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununda yer alan;

1) İntihara yönlendirme (madde 84),

2) Çocukların cinsel istismarı (madde 103, birinci fıkra),

3) Uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma (madde 190),

4) Sağlık için tehlikeli madde temini (madde 194),

5) Müstehcenlik (madde 226),

6) Fuhuş (madde 227),

7) Kumar oynanması için yer ve imkân sağlama (madde 228), suçları

b) 25/7/1951 tarihli ve 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanunda yer alan suçlar.

c) 29/4/1959 tarihli ve 7258 sayılı Futbol ve Diğer Spor Müsabakalarında Bahis ve Şans Oyunları Düzenlenmesi Hakkında Kanunda yer alan suçlar.

ç) 1/11/1983 tarihli ve 2937 sayılı Devlet İstihbarat Hizmetleri ve Milli İstihbarat Teşkilatı Kanununun 27nci maddesinin birinci ve ikinci fıkrasında yer alan suçlar.

5651 sayılı Kanun'da sayılan bu suç tiplerinin internet ortamından sunulan yayın hizmetlerindeki görünümünün nasıl olacağı şüphelidir. Bazı hükümlerin doğrudan uygulanmaya elverişli olmadığı belirtilmekle beraber belirsizliğin ancak sık ve yaygın hale getirilecek olan Yönetmelik uygulaması ile birlikte netlik kazanabileceği düşünülmektedir (Kurt, 2020).

6112 sayılı Kanunun çerçevesinde medya hizmet sağlayıcılar ve internet yayın platformu işletmecilerin içerik bakımından uyması gereken bazı hükümler vardır. Fakat öncesinde belirtmek gerekir ki gerek 6112 sayılı Kanunun gerekse Yönetmelik'in getirdiği denetim sansür niteliği taşımamaktadır. Zira sansür yayın öncesi denetimi yani henüz izleyici ile buluşmamış, izleyici tarafından görülmemiş içeriğin denetlenmesi ve gerekli görüldüğü taktirde yayınına izin verilmemesidir ki bu tarz bir denetim 6112 sayılı Kanun ve diğer mevzuatın lafzı ve ruhu ile bağdaşmaz. Nitekim 6112 sayılı Kanun'un 6ncı maddesinde açıkça "*Yayın hizmetlerinin içeriğine ve yayınlanmasına önceden müdahale edilemez ve yayınların içeriği önceden denetlenemez.*" hükmü yer almaktadır.

6112 sayılı Kanun bağlamında isteğe bağlı yayın hizmetlerinin içerik denetimi bu Kanun'un ve Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'in "Yayın hizmeti ilkeleri" başlıklı 8inci maddesi çerçevesinde yapılmaktadır. Belirtilen madde hükmünde medya hizmet sağlayıcı kuruluşların tarafından icra edilen yayınlarda uyulması gereken ilke, esas ve sorumluluklar sıralanmıştır.

Yayın ilkeler arasında öncelikli yer alanlar Türkiye Cumhuriyetinin varlığına, bağımsızlığına, bölünmez bütünlüğüne, hukukun üstünlüğüne ilişkindir. Devamında kamu güvenliği ve toplumsal huzur gereğince eşitliğin sağlanması ve nefret söylemlerinin önlenmesine dairdir. Devam eden ilkeler ise özel hayatın gizliliği, terörün önlenmesi, ayrımcılığın yasaklanması, milli ve manevi değerler ile ailenin korunması, haksız rekabetin önlenmesi, çocukların alkol, sigara, uyuşturucu gibi kötü alışkanlıklardan korunmaları, haber programları başta olmak üzere yayınlarda siyasi konularda tarafsızlık, Türkçe'nin güzel ve doğru kullanımı, cevap ve düzeltme hakkının sağlanması, inançların istismar edilmemesi, şiddetin özendirilmemesi gibi konulara ilişkindir.

Genel yayın ilkelerini belirleyen 8inci maddenin üçüncü fıkrası ise yayıncı kuruluşlara isteğe bağlı medya hizmetlerinde çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayınların normal şartlar altında çocuklar ve gençlerin duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulması yükümlülüğünü getirmektedir. Mevcut düzenleme daha geniş kapsamlı olduğundan, çocuklar ve gençler hakkında daha geniş koruna sağladığından aynı maddenin 2. fıkrasında yer alan akıllı işaret uygulamasının isteğe bağlı yayınlar için geçerli olmadığı söylenebilir. Bununla beraber akıllı işaretler uygulaması farklı isteğe bağlı yayın platformlarında gönüllü olarak uygulanmakla beraber bazı platformlar da kataloglarındaki içerikler hakkında içeriğin hangi yaşlara uygun olduğuna dair kendi uyarıları sistemlerini uygulamaktadırlar. Yine de Yönetmelik'in 16ncı ve 17nci maddeleri gereğince koruyucu semboller kullanılmak zorundadır. Koruyucu semboller, cinsellik, şiddet/korku, olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar (ayrımcılık, alkol ve sigaranın aşırı kullanımı, madde kullanımı, kanun dışı davranışlar ile kaba veya küfürlü konuşma) şeklinde üçü içeriğe yönelik; tüm izleyici, 7 yaş, 13 yaş ve 18 yaş şeklinde dördü yaşa yönelik olmak üzere yedi ayrı kategoride düzenlenmiştir.

Bu hükmün bir benzeri de Yönetmelik'in 21inci maddesinde yer alır. Buna göre "*İnternet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile yayın iletim yetkisi verilen internet yayın platform işletmecileri, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki*

gelişimine zarar verebilecek türde yayınlara ebeveyn kontrolünü sağlayıcı tedbirleri almakla yükümlüdür.

Şekil 8

Akıllı İşaretler



Kaynak: https://www.rtukisaretler.gov.tr/content?id=2 Erişim Tarihi: 01.01.2023

Mevzuatla ticari iletişim ve reklamlar için de bazı düzenlemeler öngörülmüştür. Ticari iletişim tanımı "*Radyo ve televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi de kapsamak üzere, ekonomik bir faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişinin, ürün, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntülerin bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilmesi"* şeklinde tanımlanmıştır.

6112 sayılı Kanunda ticari iletişimin gizli olamayacağı, bilinç altı tekniklerin kullanılmasıyla sağlanmayacağı, haber bültenlerinde yer alamayacağı, adalete ve dürüstlüğe, aykırı olamayacağı, ayrımcılığı teşvik edemeyeceği, çocukların deneyimsizlikleri ve saflıklarını istismar edici şekilde olamayacağı, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendiremeyeceği, çocukların yetişkinlere ve özellikle ebeveynleri ile öğretmenlerine duydukları güvenin istismar edilemeyeceği belirtilmiştir.

Elektronik sigara ve elektronik nargile de dahil olmak üzere tütün ürünlerin, alkolün, silah ve silah üreticilerinin ve reçeteye tabi ilaçların ticari iletişimi kesinlikle yasaklanırken reçeteye tabi olan ilaçların ticari iletişimi konusunda bazı şartlar ve sınırlar getirilmiştir. Tele-alışveriş bakımından ise bunların ticari iletişime hiçbir şekilde izin verilmemektedir. Yine sohbet, arkadaşlık ve eş bulma hat veya hizmetleri ile falcılık, astrologluk gibi hizmetlerin de ticari iletişimi yasaktır.

Mevzuatta ticari iletişimle ilgili düzenlemeler reklam, tele-alışveriş, program desteklemesi ve ürün yerleştirme başlıkları altında ele alınmıştır. İsteğe bağlı yayınlarda hizmetin doğası gereği daha ziyade sponsorluk ve ürün yerleştirme kullanılmaktadır (Kurt, 2020). Ürün yerleştirme tekniği kullanıldığında ürünlerin satın alınması veya kiralanması doğrudan teşvik edilemeyecektir. Ürünün aşırı biçimde vurgulanması da yasaklanmıştır.

Medya hizmet sağlayıcıların kazandıkları ticari iletişim gelirlerinin bir kısmını Üst Kurul'a ödemekle yükümlü olduklarını yukarıda belirtmiştik. Hizmet sağlayıcılar program destekleme gelirleri hariç elde ettikleri brüt ticari iletişim gelirleri üzerinden alınan %1,5 payı, Üst Kurul'a bu kapsamda öderler.

6112 ve 5651 sayılı Kanunlar ile Yönetmelik dışında da platformların ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sunan kuruluşların uymaları gereken ikincil denilebilecek bir dizi mevzuat daha bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanununda düzenlenen eser ve hak sahiplerinin içerik sağlayıcıya başvurması üzerine söz konusu eserin kaldırılmasına ilişkin düzenleme, Sınai Mülkiyet Kanunu uyarınca marka hakkının ihlali durumunda marka sahibine tanınan Türkiye Patent ve Marka Kurumu veya Fikri Sınai Haklar Mahkemelerine yapılabilecek olan başvuru, Türk Ticaret Kanununun haksız rekabet hükümleri, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu hükümleri sayılabilir.

Tüm bu içerik denetimi ile ilgili işlemler Üst Kurul tarafından icra edilmektedir. Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlığı Yönetmeliği'nce uzmanlar tarafından incelenen içerikler gerekli görüldüğü halde olası yayın ihlalleri hakkında raporlaştırılarak Üst Kurula sunulur. İçeriğin ihlal oluşturup oluşturmadığı değerlendirildikten sonra yine mevzuat uyarınca Üst Kurulca idari yaptırımlar uygulanabilir.

5.1.7. Yaptırımlar

Her hukuk kuralı karşısında bir yaptırım olduğu sürece işlerlik kazanabilir. Kural ve yaptırım beraber yürür ve birbirlerini var ederler. Kamu otoritesinin sağlanması da bu yolla gerçekleşir ve hukuk düzeni sürdürülebilir bir hal alır.

6112 sayılı Kanun ve Yönetmelik de bu anlamda yukarıda ifade edilen şartlar ve yayın ilkeleri çerçevesinin dışına çıkılması halinde bazı yaptırımlar uygulanacağını öngörmüştür. Yaptırımları anlayabilmek adına 6112 sayılı Kanun ve Yönetmelik beraber ele alınmalıdır. Çünkü Yönetmelik'in varlık sebebi olan dayanak mevzuat 6112 sayılı Kanundur. Yaptırımlar konusunda da Yönetmelik Kanun'a atıflarda bulunmaktadır. 6112 sayılı Kanun da doğrudan isteğe bağlı yayınlara ilişkin yaptırımlar öngörmektedir.

Adli ve idari yaptırımlar Yönetmelik'te yayın lisansı iptali ve içeriğin yayından kaldırılması ya da erişimin engellenmesi olarak iki madde altında toplanmıştır. 6112 sayılı Kanundan doğan ve Yönetmelikte ayrıntılı şekilde düzenlenen bildirim yükümlülüklerinin şirketler ve platformlar tarafından yerine getirilmemesi halinde 30 günlük süre tanınır. 30 günlük sürenin bitiminde halen bildirim yükümlülüğü getirilmemişse söz konusu kuruluşun yayınları 3 ay süreyle durdurulur. Nihayet 3 aylık sürenin sonunda da bildirim yükümlülüğünü yerine getirmeyen kuruluşun lisansı iptal edilir. Ayrıca yayın lisansı elde edebilmek için gerekli şartların hile yolu ile elde edilmesi de iptali gerektiren başka bir haldir. Mücbir sebeple veya Üst Kurulca kabul edilecek başka sebepler ileri sürülerek de yayıncı kuruluşlar tarafından lisansın sona erdirilmesi talep edilebilir.

Burada tartışmaya açık olan konu bildirim yükümlülüğünü yerine getirmeyen kuruluşun yayınlarının 3 aylığına durdurulması mevzuudur. İnternet üzerinden gerçekleştirilen isteğe bağlı yayın hizmetlerinde yayın durdurma cezası uygulamak mümkün mümkün değildir. Çünkü 6112 sayılı Kanunda "*İdarî tedbir uygulanması sonucu yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve ticarî iletişim yayını içermeksizin, Üst Kurulca temin edilen eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları, gençlerin fiziksel ve ahlakî gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı, çevre eğitimi, engelli sorunları, sağlık ve benzeri kamuya yararlı konularda programlar yayınlanır*." hükmü mevcuttur. Halbuki isteğe bağlı yayınlarda izleyiciler diledikleri anda içeriğe erişip erişmemekte, istedikleri noktadan itibaren izleme serbestisine sahip olduklarından, diğer deyişle sabit bir yayın akışı olmadığından ikame program istenilen etkiyi doğurmayacaktır. İsteğe bağlı yayının durdurulabilmesi ancak erişim engeli ile

gerçekleşebilir. Bu durumda korunan hukuki değerle koruma için kullanılan araç arasında bir orantısızlık gerçekleşmektedir. Çünkü isteğe bağlı yayınlarda uygulanabilecek ilk yaptırım doğrudan erişim engeli haline gelecektir. Henüz böyle bir uygulama gerçekleşmemişse dahi olası benzer bir olayda ifade özgürlüğü ile ilgili tartışmaların ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

Yönetmelik'in öngördüğü diğer bir yaptırım ise içeriğin yayından çıkarılmasıdır. Yönetmelik'in tanımlar kısmında bu kavram "*İçerik veya yer sağlayıcılar tarafından içeriğin sunuculardan veya barındırılan içerikten çıkarılması*" şeklinde yer alır. Yönetmelik içeriğin çıkarılacağı hallere ilişkin olarak 6112 sayılı Kanunun 29/A maddesini işaret etmiştir. Kanun metninden Üst Kuruldan yayın hakkı veya yayın lisansı almaksızın internet ortamından yayın iletimi yapıldığının tespiti halinde mahkemeden içeriğin çıkarılabilmesinin istenebileceği anlaşılmaktadır. Yayın lisansı iptal edilen kuruluşlar için de aynı durum söz konusudur. İçerik ve yer sağlayıcılar hakkında içeriğin çıkarılabilmesi kararı alınabilmesi bunların yurt içinde olmaları şartına bağlı değildir. Türkiye'de bulunmasa bile Türkiye'ye yönelik Türkçe yayın yapanlar ve Türkçe olmasa da ticari iletişim yayını yapanlar da bu hükmün kapsamında dahildir.

Erişimin engellenmesi ise IP adresi, alan adı, URL ve benzeri teknik imkanlar aracılığıyla internet ortamından sunulan yayına erişilmesinin önüne geçilmesini ifade eder. Erişim engelinin öngörüldüğü haller aslen lisans alınmaksızın yayın yapıldığı hallerdir. Üst Kurul tarafından lisans verilmiş olmaksızın internet ortamından yürütülen isteğe bağlı yayın hizmetlerine ilişkin yönetmelikte belirtilen ihtarlar yapılır ve süreler beklenir. Sürecin sonunda Üst Kurul tarafından sulh ceza hakimliğine yapılacak başvuru ile erişimin engellenmesi talep edilir. Sulh ceza hakiminin erişim engeline hükmetmesi halinde kararı BTK'ya gönderir. Böylece karar icra makamına erişmiş olur.

Yönetmelikte öngörülen son yaptırım türü de idari para cezasıdır. İdari para cezaları için de atıf yapılan dayanak yine 6112 sayılı Kanun'dur. 8inci Maddede belirtilen yayın ilkelerinin ihlal edilmesi hallerinde idari para cezası öngörülmüştür. Farklı ilkelerin ihlalleri farklı miktarlarda para cezası ile yaptırıma bağlanmıştır. Bu ilkelerin ihlalinin tekrarlanması hallerinde de yine para cezasının miktarı artmaktadır.

5.2. İngiltere'de İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Denetimi

İngiltere dünyada kamu hizmeti yayıncılığı alanında ilk aktörlerden olduğundan medya alanında derin ve köklü bir tecrübeye sahiptir. Bu nedenle İngiliz hukukunun bu

çalışma kapsamında ele alınması önem arz etmektedir. Buna ilginç bir tezat oluşturacak şekilde İngiltere'nin medya düzenleme kurumu olan OFCOM'un kuruluşu ise 2003 gibi yakın bir geçmişte gerçekleşmiştir.

Zaman içinde değişen ve dönüşen internet medyası daha çok Amerikan şirketlerinin etkin olduğu bir alan olduğundan İngiltere'nin düzenleme yaparken asıl odaklandığı noktanın bu şirketlerin getirdiği medya kültürü ile mücadele olduğu söylenebilir. Video paylaşım platformlarının, küresel ölçekte faaliyet gösteren medya platformlarının ve hatta sosyal medya platformlarının düzenlemeler ile kontrol altına alınmak istenmesi bu duruma delil teşkil etmektedir. Ayrıca Brexit denilen İngiltere'nin AB'den ayrılmasını ifade eden süreçten sonra medyanın İngiltere'nin ulusal kanunlarıyla düzenlenmesi meselesi daha büyük bir önem kazanmıştır.

5.2.1. OFCOM ve Önemi

İngiltere'nin medya ve iletişim sektörünü düzenleyen OFCOM 2003 yılında İletişim Yasası adı verilen yasa ile kurulmuştur. Kurum telekomünikasyondan posta hizmetlerine kadar farklı farklı bazı hizmetlerin denetlenmesinden ve düzenlenmesinden sorumludur. Düzenleyici bir kurum olarak, "Birleşik Krallık hükümetinin giderek daha karmaşık hale gelen, birbirine yaklaşan küresel medya ve iletişim ortamının ortaya çıkan fırsat ve tehlikelerini ele almasını kolaylaştırmak için" oluşturulmuştur (Lunt, P. & Livingstone, S. 2012). İnternet teknolojilerinin gelişmesiyle doğal olarak zaman içinde OFCOM'un da sorumluluk ve yetki alanı genişlemiştir. Böylece geleneksel yayıncılık haricinde kalan video paylaşım platformları, isteğe bağlı yayın gibi hizmetler de OFCOM'un görev alanına girmiştir.

Kurumun genel görevi, 2003 yılında çıkarılan İletişim Yasasında "piyasada rekabeti de koruyarak iletişim sektöründe kurumların ve tüketicilerin çıkarlarını korumak" gibi genel bir ilke şeklinde tanımlanmıştır. Bu tablonun bir tarafında ticari sektör, diğer tarafında ise bireylerin çıkarları yer almaktadır. Birbirine bağımlı bu iki aktör arasındaki dengeyi sağlamak da OFCOM'un sorumluluğundadır. Kurumun görevleri tüketicilerin korunması, ekonomik düzenlemeler ve kamu çıkarlarının korunması gibi başlıklar altında ele alınabilir. Lunt ve Livingstone gibi yazarlar zor piyasa koşulları içinde çalışan OFCOM'un görevini hakkıyla yerine getirdiğini belirtmişlerdir.

OFCOM kuruluşundan bu yana denetim yerine "öz denetim" ve "ortak denetim" ilkeleriyle çalıştığı için dünya çapındaki birçok yasal düzenleyici kurumdan ayrışmaktadır.

Hızla değişen medya sektörüyle uyumlu yapısı, titiz yönetim modeli, hükümet, ticaret dünyası ve sivil toplumdan paydaşlarla ilişki kurması OFCOM'un gelişen yayıncılık anlayışıyla başa çıkmasını kolaylaştırmaktadır. OFCOM dünya genelindeki düzenleyici kuruluşlar arasında demokratik ve esnek yönetim modelini temsil eden bir kurumdur. Aynı zamanda şirketler üzerindeki düzenleyici yükleri azaltan ve İngiliz medya endüstrisinde çoğulluğu, çeşitliliği ve rekabeti destekleyen bir yönetim modelini benimsemiştir.

İnternet tabanlı platformları düzenlemek, Brexit sonrası süreçte OFCOM için daha zor bir hale gelmiştir. Zira hal-i hazırda gelişen internet teknolojilerini düzenlemeye çalışan kurum İngiltere'nin AB 'den ayrılmasının ardından yasal karmaşa ve uyum sorunları ile de mücadele etmek zorunda kalmıştır. Çünkü bu tarihten önce medya kuruluşlarının yer bakımından hangi devletin yargı yetkisine gireceği hususu AB tarafından uygulanan Görsel-İşitsel Medya Direktifine göre belirleniyordu. Buna göre hizmet sağlayıcılar, AB genelinde yayınlarını gerçekleştirirken, hizmet üzerinde hangi ülke yargı yetkisine sahipse o ülkenin kurallarına uymak zorunda idiler. Ancak İngiltere'nin AB'den ayrılmasıyla birlikte Direktifin uygulanmasına ilişkin yasal bir boşluk oluştu. İngiliz hükümeti 2020 yılı sonundaki bu geçiş dönemi için yasal boşlukları doldurmak üzere medya ve iletişim sektörüne yönelik yeni yasal düzenlemeler gerçekleştirdi.

Lisanslama ve yayın standartlarına uyma konusunda genel olarak OFCOM ile AB arasında bir uyumsuzluk bulunmamaktadır. OFCOM Yayın Yönetmeliğinde yer alan nefret söylemi tanımı, televizyondaki ticari referanslar ve reklamlarla ilgili bazı kısımlar Görsel-İşitsel Medya Direktifine uyacak şekilde değiştirilmiştir. (DCMS, 2020). Hulasa OFCOM'un AB merkezli yasaları kendisine uygun hale dönüştürme noktasında büyük bir sorun yaşamadığı görülmektedir. Öte yandan OFCOM da AB gibi dijital teknolojiler ve yeni medya aktörlerinden kaynaklanan yasal boşluklardan etkilenmiştir. Spesifik olarak abone tabanlı isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi Brexit sonrası çözülmeyi bekleyen bir sorun olarak kalmıştır.

5.2.2. İsteğe Bağlı Yayınlar

İsteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesine ilişkin yasal boşluklar, İngiliz kamu yayıncılığı kuruluşları ile küresel isteğe bağlı yayın platformları arasında tartışmalara yol açmıştır. Bazı Netflix yapımları da tartışmaları körüklemiştir. Bunun en belirgin örneği İngiliz kraliyet ailesinin tarihine odaklanan Netflix yapımı "The Crown" dizisi olmuştur. İngiltere Kültür Bakanlığınca (Digital Culture Media Sports Ministry - DCMS) Netflix'ten

dizinin kurgu olduğuna ve İngiliz Kraliyet Ailesi ile ilgili gerçek olayları yansıtmadığına ilişkin bir duyuru yayınlaması talep edilmiştir. Netflix yetkilileri ise izleyicilerin veya abonelerin dizinin tarihsel olaylara dayanan bir kurgu eseri olduğunu zaten bildikleri için bir sorumluluk reddi beyanı eklemeye niyetli olmadıklarını belirtmiştir. (Avcı, 2022)

Şu an için OFCOM televizyon yayın hizmetlerini denetleme ve düzenleme yetkisine sahipse de bu yetki üyelik tabanlı isteğe bağlı yayın hizmetlerine şamil değildir. İngiltere merkezli isteğe bağlı video hizmetleri OFCOM'un düzenlemesi altındayken kanun İngiltere dışında yerleşik medya hizmetlerini hariç tutar. OFCOM'un isteğe bağlı yayın hizmetlerini denetlemek istemekteki en önemli gerekçeleri bazı münferit programların içeriklerine ilişkin kamuoyu tepkisi ile kamu yayıncılığı hizmetleri ve küresel isteğe bağlı yayın platformları arasındaki haksız rekabetin önlenmesidir. Kamu hizmeti yayıncıları da haksız rekabet konusunda aynı görüşte olduklarını belirtmişlerdir. BBC eski genel müdürü Lord Tony Hall da İngiltere medya hizmetlerinin içerik düzenlemesi, reklam, rekabet kuralları ve vergilendirme gibi bir dizi düzenlemeye tabi olması gerektiğini hatta İngiltere'nin geleneksel medya aktörleri ile aynı kurallara tabi olması gerektiğini belirtmiştir. Zira küresel büyük isteğe bağlı medya platformları neredeyse hiçbir denetime tabi değildir. (Avcı, 2022).

Düzenleme hakkındaki ilk zorluk geleneksel yayıncılar ile isteğe bağlı yayın hizmetleri arasındaki farklılıklardır. Düzenleme ile ilgili olarak genel yönelim istişare belgesi ve taslak metinde belirtilmiştir.

Dijital, Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı geleneksel yayıncıların ve Netflix, Amazon Prime, Disney + gibi yeni itici güçlerin sektörde birbirlerine karşı durumunu ortaya koyan öncü bir rapor hazırlamıştır. Meydana getirilecek yayın yönetmeliğinin günün gereklerine uymasını sağlamak amacıyla hazırlanan raporda vurgu özellikle geleneksel yayıncılar ile isteğe bağlı yayın platformları arasında eşit şartlar sağlanması noktasına yapılmıştır. Raporda düzenlemeler ile farklılıkların ortadan kaldırılmasının hedeflendiği belirtilmiştir.

Brexit sonrası sürecin bir yan etkisi olarak çoğu isteğe bağlı yayın platformu ya hiçbir denetim ve düzenlemeye tabi değildir ya da geleneksel medya hizmetleri kadar sıkı denetlenmemektedirler. Küçükler için uygunsuz olan içeriklerin 05:30-21:00 arasında yayınlanmaması gibi katı kurallara bir isteğe bağlı yayın hizmeti olan BBC iPlayer uymak zorunda ise de menşei ülke prensibi sebebiyle İngiltere dışında yerleşik isteğe bağlı yayın hizmetleri bu tür kurallara uymakla yükümlü değillerdir. Örneğin Netflix Hollanda'da yerleşik olduğundan ve menşei ülke prensibi sebebiyle Hollanda'nın yargı yetkisi altında

olduğundan İngiliz izleyiciler tarafından OFCOM'a yöneltilen şikayetler için OFCOM şikayetçileri Hollanda'nın yetkili kurumuna yönlendirmektedir. Bu gibi nedenlerle içerik standartlarının ve izleyicinin korunmasına ilişkin düzenlemelerin geleneksel medyaya daha sıkı şekilde uygulanması geleneksel medya aktörleri ile isteğe bağlı yayın hizmetleri arasında haksız rekabete yol açma riskini doğurmaktadır.

5.2.3. İngiltere'de İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Durumu

Brexit süreci ile İngiltere'nin AB hukuku ile düzenlenen bazı konuları yeniden ele alma ve bu konularda mevzuat hazırlaması gerekmiştir. AB Çıkış Yönetmeliği ile isteğe bağlı yayın hizmetleri İngiliz hükümetini çalışmalarından ve işleyişlerinden haberdar etmekle mükellef kılınmıştır. Yönetmelik ile isteğe bağlı yayın hizmeti veren tüzel kişiliklerin editoryal sorumluluk için bir isim belirlemeleri istenmiştir. Ayrıca bu kişiye İngiltere'de ikamet etme şartı ve editoryal kararların İngiltere'de alınması şartı getirilmiştir.

Şu an için isteğe bağlı yayın hizmeti sunan şirketlerin faaliyete başlayabilmek için İngiliz hükümetinden veya OFCOM'dan lisans almasına ilişkin bir düzenleme mevcut değildir. Bununla beraber yayın hizmetleri ve şirket bilgileri hakkında OFCOM'u bilgilendirmeleri gerekmektedir. Bildirim süreci OFCOM tarafından hazırlanan İsteğe Bağlı Program Klavuzu-İBPK (On-Demand Programme Services-ODPS) adlı düzenleme ile belirlenmiştir. Bu nedenle denilebilir ki İngiltere merkezli isteğe bağlı yayın hizmetleri İBPK kuralları çerçevesinde ve OFCOM'un yetkisi altındadır. Ancak İBPK kuralları içerik denetimi konusunda son derece sınırlı hükümler içermektedir.

Amazon Prime ve Disney+ her ne kadar Amerikan şirketleri olsalar da İngiltere'de kuruldukları için ve editoryal karar alma mekanizmaları ile merkez ofisleri İngiltere'de bulunduğundan OFCOM denetimine tabidirler. Buna karşılık ise Netflix ve Apple TV İngiltere'de tamamen denetimsiz olarak faaliyet sürdürmektedirler. Eğer bir isteğe bağlı yayın hizmeti İngiltere'de yerleşik değilse yasal düzenlemenin ve denetimin dışında kabul edilir. "VoD hizmetleri Birleşik Krallık'ta bulunmuyorsa yasal düzenleme yoktur" (DCMS, 2022) Buna rağmen bu büyük şirketlerin İngiliz izleyicilerine yönelik içerik ürettiği ve hatta İngiliz yapımı eserlere kataloglarında yer verdiği dikkate şayandır.

Şu durum açıkça anlaşılmaktadır ki İngiliz hükümeti kendi denetim yetkisi altındaki küçük ölçekli şirketlerden ziyade İngiltere dışında yerleşik bulunan ve fakat İngiltere'de de izleyici kitlesine sahip büyük ölçekli isteğe bağlı yayın hizmeti şirketlerini hedefe koymuştur. Böylece hükümetin kendi vatandaşlarına yönelik isteğe bağlı yayınlar için belirli

içerik standartları ve izleyici koruma ilkeleri belirleyebileceği düşünülmektedir. (DCMS, 2022) Tasarıda tüm bunlar yapılırken ticari olarak şirketlerin zarara uğramaması için mali veriler de dahil çeşitli ölçütlerin göz önünde tutulması gerektiği belirtilmiştir. Abone sayılarına göre platformları sınıflandırmanın bir seçenek olarak görüldüğü belgeden anlaşılmaktadır. Düzenleme yapılırken muhakkak konunun paydaşı olan isteğe bağlı yayın platformlarının da görüşleri değerlendirilecektir. Zira değişen izleyici tercihleri ve alışkanlıkları gibi teknik verilerin en doğru ve kuvvetli hali bu platformların elinde mevcuttur.

Geleceğe yönelik politika üreten belgelerde isteğe bağlı yayın hizmetleri için yeni bir lisanslama planı oluşturulacağına dair bir belirsizlik mevcuttur. Bu durumda ya hal-i hazırdaki bildirim sisteminin kullanılmaya devam edileceği veya yeni bir bildirim sistemi oluşturulacağı düşünülebilir. (DCMS, 2022) İlk ihtimalin gerçekleşmesi halinde mevcut yayıncılık kanununda önemli bir değişiklik olmayacağı açıktır. Bu durumda sadece İngiltere dışındaki isteğe bağlı medya şirketleri hakkında bazı belirsizlikler giderilecektir. Ancak yeni bir lisanslama rejimi getirilmesi halinde bu rejimin mevcut düzenlemeden daha katı olması beklenmektedir. Bu durumda isteğe bağlı yayın hizmetlerinin ve bunlara uygun lisans türlerinin belirlenmesi gerekecektir. Bunun yanında geleneksel medya hizmetleri ile isteğe bağlı medya hizmetleri arasındaki temel düzenleyici farklılıkların da ortadan kaldırılması gerekecektir.

Düzenleme ile ilgili önemli bir nokta da izleyicilerin isteğe bağlı yayınlar hakkındaki şikayetlerinin yönetimidir. (DCMS, 2022) Bu noktada öncelikli olan doğal olarak isteğe bağlı yayın platformlarının izleyici geri bildirimi konusunda izleyicilerle olan etkileşimini artırmasıdır.

Vergiler ve içerik kotaları ile ilgili olarak da hükümet belirli bir içerik kotası yakalayabilmek için vergi veya harç koymayı düşünmediğini açıkça belirtmiştir. (DCMS, 2022, s22). Bu nedenlerle denilebilir ki planlanan düzenleme daha çok içeriklerin ülkeye uyumlandırılması, izleyicinin korunması ve rekabetin geliştirilmesine yöneliktir.

5.2.4. Mevcut Hukuki Düzenleme

"Broadcasting Code" adı verilen Yayıncılık Kanunu geleneksel medya yayınları için belli bazı ilkeler belirlerken çevrimiçi film hizmetleri, İngiltere merkezli isteğe bağlı yayın hizmetleri gibi alanlar için de bazı düzenlemeler getirmektedir. İsteğe bağlı yayınlar burada İsteğe Bağlı Program Klavuzu başlığı altında düzenlenmiştir. OFCOM hem geleneksel

yayıncıların hem de isteğe bağlı yayın hizmetlerinin kanunda gösterilen şartlara uymasından sorumludur. OFCOM'un taleplerini karşılamak için isteğe bağlı yayın platformları izleyiciler için koruyucu sistemler uygulamaktadır. Böylece reşit olmayan bireylerin "yasaklı içerik" ve "özel olarak kısıtlanmış içerik" gibi içerik türlerinden korunması amaçlanmıştır. (DCMS, 2020) Bu içerikler tasnif edilirken bir İngiltere kuruluşu olan ve içerikleri izleyici yaşlarına göre derecelendiren British Board of Film Classification (BBFC)'nin sınıflandırması esas alınmaktadır. İBPK ayrıca isteğe bağlı yayınlarda reklam, sponsorluk, şiddet ve nefret konularını da düzenlemektedir.

Mevcut düzenleme ile uyumlu olarak Birleşik Krallık'taki isteğe bağlı yayın hizmetleri, "18 yaşından küçüklerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerine zarar verebilecek içerikleri görmemesini veya duymamasını" sağlamalıdır (DCMS, 2022). Geleneksel medya hizmetleri asgari düzeyde konuya ilişkin standartları karşılasa da hükümet asıl olarak bu önlemleri isteğe bağlı yayın hizmetlerinde standart hale getirmek istemektedir. Bu amaca bir kısım isteğe bağlı medya platformunun uyguladığı parola korumalı hesap, pin kodları, içerik uyarıları ve yaş doğrulama sistemleri gibi araçlarla ulaştığı kabul edilebilir. (DCMS, 2022). Hükümet nazarından bakıldığında aslında farklı koruma uygulamaları da kullanıcılara zarar verme potansiyeline sahiptir. Zira intihar ve cinsel saldırı gibi travmatik olayların görselleri herhangi bir içerik uyarısı olmadan da isteğe bağlı yayınlarda gösterilebilmektedir.

Seyirci geri bildirimi söz konusu olduğunda, izleyiciler İngiltere merkezli isteğe bağlı yayın hizmetleri tarafından gösterime konulan yapımlar hakkında editoryal veya içerik ile ilgili şikâyetlerini OFCOM'a bildirebilmektedirler. OFCOM şikâyetçiyi isteğe bağlı yayın hizmetini veren şirketle iletişime geçmesi için yönlendirebilir (DCMS, 2022). Bu noktada medya hizmet sağlayıcısıyla iletişime geçmek, eylemin ilk adımıdır. Ardından, isteğe bağlı yayın hizmeti veren şirket şikayet sahibine resmi süresi içinde yanıt vermezse, izleyici tekrar OFCOM'a çevrimiçi bir şikayet daha iletebilir. OFCOM izleyicilerden bu şekilde şikayet alabiliyor olsa da düzenleyici yetkisi sadece yukarıda belirtilen hususlar için geçerlidir. Bu nedenle nefret söylemi barındıran içerikler veya çocuklar için özel olarak kısıtlanmış içerikler gibi bazı hassas durumları hariç tutan mevcut İBPK kuralları, OFCOM'a çok çeşitli içerik sorunlarını ele alma ve araştırma yetkisi vermemektedir (DCMS, 2022a). Sonuç olarak şikâyet süreci İngiltere merkezli isteğe bağlı yayın hizmetleri için mevcut sistemin, mevcut İBPK kurallarının ve OFCOM'un yetki kapsamının dışında olması durumunda, kendi kendini düzenleyen bir modele dayalı olduğunu gösterir. Mevcut

düzenleyici sistemde OFCOM, isteğe bağlı yayın hizmetlerini askıya alma veya kısıtlama yetkisini yalnızca en ciddi durumlarda kullanabilir. Bu kapsamda mali ceza ve yasal yaptırım uygulanması söz konusudur. (DCMS, 2022). Yukarıda belirtildiği gibi, en ciddi durumdan kasıt izleyicileri, özellikle çocukların korumasını hedefler ve spesifik anlamda özel olarak kısıtlanmış materyaller ve yasaklanmış materyaller gibi içerikleri kapsar.

Ofcom'un İBPK kuralları çerçevesinde isteğe bağlı yayın hizmetleri üzerindeki yetkisi, yalnızca şirketlerin nerede kurulduğuna değil, aynı zamanda kim olduklarına da bağlıdır. İngiltere merkezli isteğe bağlı yayın hizmetlerinden farklı olarak BBC iPlayer, OFCOM'un düzenleme yetkisine herhangi bir isteğe bağlı yayın hizmeti veya benzer medya kuruluşundan daha fazla maruz kalmaktadır. Geleneksel televizyon yayıncıları gibi, BBC iPlayer da Yayıncılık Kanununa uymalıdır. BBC Şartı ve Çerçeve Anlaşması (2016) uyarınca BBC iPlayer'ın yapımları ve içerikleri bu kurallara tabidir. Farklı prosedür ve uygulamalar göz önüne alındığında isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesinin şu an için bazı çelişkilerle yürütüldüğü ve çözüm bekleyen bir konu olduğu söylenebilir.

5.2.5. Yayıncılık Kanunu

Yukarıda bahsedildiği gibi Ofcom Yayıncılık Kanunu, günümüzün İngiltere'deki geleneksel medyası ve BBC iPlayer için geçerlidir. Hükümet ve paydaşlar Yayıncılık Kanununun isteğe bağlı yayın hizmetlerine kısmen mi yoksa tamamen mi uygulanması gerektiğini, değişikliklerin nasıl uyarlanabileceğini tartışmaktadır. (DCMS, 2022). Politika üreticiler esasen Yayıncılık Kanununda değişiklik yapmak istememektedirler. OFCOM Yayıncılık Kanununda geleneksel yayıncılar için içerik kurallarını dokuz bölümde düzenlemiştir. İBPK kuralları, Yayıncılık Kanunundan çok daha küçük bir kapsamı ele alır. Kuralların kapsadığı beş konu isteğe bağlı yayın hizmetleri için hiç geçerli değildir (DCMS, 2022). Yayıncılık Kanunundaki 18 yaşından küçüklerin korunması, şiddet, suç, düzensizlik, nefret ve tacizden korunma bölümleri isteğe bağlı yayın hizmetleri için İBPK kurallarına kısmen yansımıştır. Dolayısıyla, Yayıncılık Kanununun dini programlar, tarafsızlık, seçimler ve adaletle ilgili diğer bölümleri İBPK kurallarını içermemektedir. Hükümete göre isteğe bağlı yayın hizmetlerinde yer alan yapımlarda başta çocuklar olmak üzere çeşitli izleyici gruplarının olumsuz etkilerden korunabilmesi için ek kuralların dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir.

Hükümet, BBC iPlayer örneğinde olduğu gibi isteğe bağlı yayın hizmetlerinin içeriklerini Yayıncılık Kanunu ile uyumlu hale getirmek istemektedir. Hükümet Yayıncılık

Kanununun iPlayer'a uygulanması örneğinden hareket ederek mevzuatı İngiliz izleyicilere yönelik yayın yapan tüm isteğe bağlı yayın hizmetleri hakkında cari kılmayı hedeflemektedir. (DCMS, 2022a).

5.3. Avrupa Birliğinde Medya ve İsteğe Bağlı Medyanın Denetimi

Bilindiği üzere AB hukuku yaptırımlara dayanan zorunlu kurallardan ziyade üye devletlerin iç hukuklarının direktiflere uyumlandırılması ile şekillenen karma bir hukuk yapısına sahiptir. Direktifler ile getirilen düzenlemeler üye devletler tarafından kendi iç hukuklarına aktarılır ve üye devlet hukuku vasıtasıyla dolaylı olarak uygulanır. Direktifler ülkelerin kendi iç hukuk düzenlerinin bir parçası haline dönüştürülür. Bu anlamda üye devletlerin iç hukuku adres gösterilir. Bu durum Türkiye Cumhuriyeti'nin AB üyesi olması durumunda medya alanında belirtilen düzenlemelerin Türk hukuku bakımından da cari olacağı anlamına gelir (Sümer, 2019).

AB ülkeleri düzenlemeleri gerçekleştirirken genel ilkeler oluşturacak şekilde hüküm vaz etmekte ve söz gelimi kumar reklamları gibi ülkelerin kendi hukuki uygulamaları bakımından da hassas olan mevzulara doğrudan değinmemektedir. Bunu gerçekleştirirken elbette üye ülkenin mevzuatının da AB Adalet Divanı içtihatlarına uygun olması, makul olması, amaç ve düzenlemenin orantılı olması gibi ilkeleri gözetmesi şarttır. Anlatılan duruma uygun bir örnek teşkil edebilecek düzenleme medya sahipliğine ilişkin bilgilerin kamu ile paylaşılması konusundandır. Avrupa komisyonu ülkelerden medya hizmet sağlayıcıların listelerini talep etmekte ve böylece bir bilgi havuzu oluşturmaktadır.

AB'de gerek geleneksel yayıncılıkla gerek isteğe bağlı yayıncılıkla ilgili temel mevzuat Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi'dir. Direktif tanımlar kısmında görsel-işitsel medya hizmeti tanımında isteğe bağlı bir görsel-işitsel medya hizmetlerinin de tanım kapsamında girdiğini belirtmiştir. Direktifte "*Video paylaşım platform hizmeti" tanımında da "…bilgilendirmek, eğlendirmek ve eğitmek üzere elektronik iletişim ağları yoluyla kamuya programlar, kullanıcı kaynaklı videolar veya her ikisini sağlamaya yönelik görüntüleme, etiketleme ve sıralama şeklindeki algoritmalar veya otomatik araçlarla organizasyonunun video paylaşım platform sağlayıcısı tarafından belirlendiği bir hizmet…"* denilerek algoritma hususuna değinilmiştir.

İsteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmeti kavramı ise "yayın akışsız görsel-işitsel medya hizmeti" şeklinde de ifade edilerek programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve medya hizmet sağlayıcısı tarafından seçilen program kataloğundan kullanıcının münferit

isteği üzerine izlenmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcısı tarafından sunulan görsel-işitsel medya hizmeti olarak tanımlanmıştır. Bu tanım Türk mevzuatı ile de örtüşmektedir.

Yukarıda da belirtildiği üzere Direktifte öncelikle "*Her Üye Ülke kendi yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından iletilen bütün görsel-işitsel medya hizmetlerinin, o Üye Ülkede kamuya yönelik görsel-işitsel medya hizmetlerine uygulanabilir hukuk sisteminin esaslarına uymalarını sağlayacaktır*." denilerek ulusal hukukun öncelikli olduğu vurgulanmıştır. Bu durum uluslararası hukuktaki egemenlik ilkesinin doğal bir görünümüdür. Ayrıca medya hizmet sağlayıcının merkezinin bir ülkede bulunması veya editoryal kararlarının bir ülkede alınıyor olması halinde medya hizmet sağlayıcının o ülkede yerleşik kabul edileceği belirtilerek hizmet sağlayıcılar hakkında bir belirlilik oluşturulmak istenmiştir. Hizmetin editoryal kararlarının bir ülkede ve hizmet faaliyetlerinin başka bir ülkede olması durumunda ise işgücünün önemli kısmının bulunduğu yerin medya hizmet sağlayıcının yerleşik olduğu yer kabul edileceği belirtilmiştir.

Bir medya hizmet sağlayıcının yerleşik sayıldığı yer konusu hem muhatap bulunabilirlik açısından hem de hukuki anlamda yer bakımından yetki sorunlarının çözülmesi bakımından büyük öneme sahiptir. Aksi takdirde oradan oraya dolanan bir yayıncının peşinden koşulmak zorunda kalınacak ve sorumluluk doğuran hallerde hukuki bir netice alınamayacaktır. Bir ülke içerisindeki uydu bağlantısını veya uydu kapasitesini kullanmaları halinde de o ülkede yerleşik sayılacağı belirtilen medya hizmet sağlayıcılar açısından yargı yetkisi iyice genişletilmek istenmiştir. Medya hizmet sağlayıcıların vermesi gereken bilgiler arasında yerleşik olduğu coğrafi adres, ortaklık ve sahiplik bilgileri, etkin bir elektronik posta adresi ve web sistemi ile medya hizmet sağlayıcı kuruluş üzerinde yetkili düzenleyici otoritelerin ve kurumların hangileri olduğu sayılmıştır.

Direktifte ifade özgürlüğü kapsamında ülkelerin yayın alma ve iletme özgürlükleri güvence altına alınmak istenmiştir. Buna göre bir ülke diğer bir ülkeden yapılan görsel-işitsel medya hizmetlerinin kendi topraklarında yeniden iletimini kısıtlamamakla yükümlüdür. Bunun istisnası ilgili yayının kamu sağlığına zarar vermesi, kamu sağlığı için ciddi ve büyük bir risk oluşturması, insan onuruna saygı gösterilmemesi, şiddet ve nefrete teşvik edici unsurlar barındırması, terör suçlarının işlenmesi ile ilgili provakasyonlar gibi hallerdir. Bu gibi haller derhal değil belli uyarılar ve bildirimler sonunda devam etmeleri halinde yaptırıma bağlanmıştır. Bu durumda AB hukukunda genel olarak kendini gösteren barışçıl ve dostane çözüm bulunması anlayışıyla örtüşmektedir. Yayınların belirtilen

nitelikte olup olmadığına ilişkin Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Avrupa Düzenleyiciler Grubu'ndan da (European Regulators Group for Audiovisual Media Services – ERGA) görüş alınabileceği belirtilmiştir.

Medya sahipliğinde şeffaflığın, ifade özgürlüğüyle doğrudan ilişkili olduğu ve demokratik toplumun köşe taşlarından birini oluşturduğu açık bir gerçektir. Sahiplik nedeniyle sunulan hizmetlerin içeriğinin kontrol altına alındığı veya içerik üzerinde önemli bir etkinin olduğu durumlarda, medya hizmet sağlayıcıların sahiplik yapısına ilişkin bilgiler, bu tür içerikler hakkında kullanıcıların bilinçli bir yargıda bulunmalarına olanak sağlar. İlgili temel hak ve özgürlüklerin esasına saygı duyulması ve alınacak önlemlerin gerekli ve orantılı olması şartıyla bir medya hizmet sağlayıcının sahiplik yapısına ilişkin bilgilerin kullanıcıların erişimine açılıp açılmayacağına ya da ne ölçüde açılacağına Üye Ülkeler karar verirler. Görsel-işitsel medya hizmetlerinin özel doğası, özellikle de bu hizmetlerin insanların fikir oluşturmaları üzerindeki etkisi nedeniyle kullanıcılar bu hizmetlerin içeriğinden kimin sorumlu olduğunu bilme hakkına sahiptirler. İfade özgürlüğünün güçlendirilmesi, böylelikle medyada çoğulculuğun teşvik edilmesi ve çıkar çatışmalarının önlenmesi amacıyla, kullanıcıların medya hizmet sağlayıcılara ilişkin bilgilere istedikleri zaman kolay ve doğrudan erişim sağlamaları Üye Ülkeler tarafından temin edilir. Özellikle sahiplik yapısı ve ortaklara ilişkin bilgilerin verilmesi her Üye Ülkenin kendi kararına bağlıdır.

AB mevzuatı bakımından da en çok koruma getirilmeye çalışılan meseleler genel olarak tüketici hakları, ifade özgürlüğü olurken terör ile ilgili teşvikler önlenmeye çalışılmıştır. Çocukların korunması ve yayıncılar ile izleyiciler arasındaki ticari dengelerin korunması da düzenlemelere asıl rengini veren meseleler olmuştur.

Haber alma hakkı korunmuş ve üye ülkelere en azından kamunun önemli büyüklükteki kesimi için toplumda büyük önem arz ettiği kabul edilen olayların ücretsiz televizyondan canlı veya banttan izleme imkânından mahrum bırakmama, bu bilgilerin münhasır bir şekilde yayınlamamalarını güvence altına alma yükümlülüğü getirilmiştir. Ülkeler kısa haberlere konu olayların adil, makul ve ayrımcı olmayan şekilde erişimini sağlamakla da yükümlülerdir.

Hem sektörün ve sektörden gelir elde eden çalışanlar için hem de genel olarak ülke ekonomileri göz önünde tutularak üye ülkelerin mümkün olduğunca haberler, spor

programları, oyunlar, reklâmlar, teleteks hizmetleri ve tele alışverişe ayrılan süre dışındaki yayın sürelerinin büyük bölümünü Avrupa eserlerine ayrılmaları sağlanmak istenmiştir.

AB mevzuatında üzerinde durulan önemli noktalardan biri üye ülkelerdeki ulusal düzenleyici otoritelerin hükümetten yasal anlamda ayrı olmalarının temin edilmesi gerektiği hususudur. Bu anlamda doğası gereği bir düzenleyici ve denetleyici kuruluş hükümetten ve siyasi otoriteden ayrı olmalıdır. RTÜK'ün her ne kadar 24 Temmuz 2018 tarihinde Cumhurbaşkanlığı kararnamesi ile 27/4/1984 tarihli ve 3046 sayılı kanunun 19/A maddesi uyarınca Kültür ve Turizm Bakanlığı ile "ilgilendirilmesine" karar verilmiş ise de bakanlık ve üst kurul arasında hiyerarşik veya vesayet denetimi anlamında bir ilişki bulunmamaktadır (Derdiman, 2015). Zaten Direktifte de işlevsel anlamda bir bağımsızlığın yeterli olduğu belirtilmiştir. Bu ilkenin tarafsızlığı sağlamak için getirildiği açıktır. Birlik üye ülkelerde etkili itiraz mekanizmaları olması gerektiğini savunur ve yargı yoluna işaret eder. Nitekim RTÜK tarafından verilen kararlar da idari yargı denetimine açıktır.

Görsel-işitsel medya konusundaki düzenlemelerin üye ülkelerde uyumlu şekilde yürütülmesi için 2014 yılında ERGA kurulmuştur. Nefret söylemi ve küçüklerin korunması ile yüksek oranda yağ, tuz veya sodyum ve şeker içeren yiyeceklere yönelik görsel-işitsel ticari iletişimlerin içeriği gibi görsel-işitsel medya hizmetlerinin çerçevesiyle ilgili her tür düzenleyici konu hakkında teknik tavsiyeler sunar.

ERGA'dan kısaca bahsetmek gerekirse 2014 yılında Avrupa Komisyonu kararıyla Brüksel'de kurulduğu söylenebilir. ERGA ulusal otoritelerin birbirleri ve Avrupa Komisyonu ile olan işbirliğini de kolaylaştırma konusunda çalışır. Direktif'in uygulanması konusunda Komisyona tavsiyelerde bulunmak üzere görsel-işitsel hizmetler alanındaki ulusal bağımsız düzenleyici kurumların başkanlarını veya üst düzey temsilcilerini bir araya getirir. Bu kapsamda AB'deki denetleyici düzenleyici kurumlar arasındaki iş birliğini sağlar. Görsel-işitsel medya hizmetleri ve video paylaşım platformları konusunda teknik uzmanlık ve tavsiyeler sunarak rehber ilkeler gibi uygulamaların ülkeler arasında karşılıklı değişimini kolaylaştırır. Direktif'in uygulanması başta olmak üzere Avrupa Komisyonu'nun yetkileri dahilindeki medya ile ilgili konularda tavsiyede bulunur ve görüş bildirir. Her yıl düzenli toplantılar gerçekleştiren ERGA medyada çoğulculuk, deneyim ve uygulamaların paylaşılması, AB düzenleyici çerçevesinin genişletilmesi, medya okuryazarlığı, sahte ve yalan haberle mücadele, dijital ortamda demokrasinin güçlendirilmesi gibi konuları ele alır.

Türkiye AB üyesi olmadığından ERGA toplantılarına gözlemci sıfatıyla katılmaktadır. (ERGA, t.y.)

5.3.1. Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifine Gelinen süreçte AB Mevzuatı

Avrupa Konseyinde görsel-işitsel medya alanındaki ilk düzenleme 1989 yılında çıkarılan 89/552/CEE sayılı "Üye Devletlerde Televizyon Yayıncılığı Faaliyetlerinin Sürdürülmesine İlişkin Kanun, Yönetmelik veya İdari İşlemler Tarafından Belirlenen Hükümlerin Koordinasyonu" direktifidir. Üye devletlerin kendi düzenlemelerinin uyumlaştırılması hakkında hüküm vazeden ve geleneksel medya döneminde çıkarıldığı için günümüz için eski sayılabilecek bu direktifteki ilk büyük değişiklik 2007 yılında olmuştur. Bu tarihten itibaren televizyon ve internet hizmetleri önemli ve hızlı bir evrim geçirmiştir. Teknik gelişmeler, yeni tür hizmetler ve kullanıcı deneyimlerinin de ortaya çıkmasıyla özellikle gençler arasında izleyici alışkanlıkları önemli şekilde değişmiştir. Televizyon 2000'lerin ilk yıllarında önemini hala korurken görsel-işitsel içeriklere erişmek için taşınabilir cihaz kullanımı da önemli derecede artmıştır. Bununla beraber isteğe bağlı hizmet sağlayıcılar ve video paylaşım platformları da önem kazanmış ve artık büyük resim tamamıyla değişmiştir. Hem teknik hem ticari gelişmeler gerek izleyicilerin gerek rekabetin korunması için yeni yasal düzenlemeler getirilmesi ihtiyacı doğmuştur.

2010 yılında yürürlüğe giren başka bir direktif ile editoryal sorumluluk, hizmet sağlayıcılar ve görsel-işitsel medya hizmeti kavramlarının çerçeveleri günün gereklerine uygun olarak daha sıkı şekilde belirli hale getirilmiştir. Bunun en önemli nedenlerinden biri de video paylaşım platformları hizmetlerinin toplum ve özellikle gençler tarafından giderek artan bir ilgiyle takip edilmesidir. Düzenleme ile özellikle gençlerin zararlı içeriklerden korunması hedeflenmişken genel olarak toplumun da nefret suçları, şiddet ve terörden korunmaları amaçlanmıştır. Yine farklı düzenlemelerle teknik ihtiyaca da yönelik olarak açıklık, etkinlik ve uyumluluk amacıyla uygulama ile ilgili konular ele alınmıştır. Bu düzenlemeler sadece video paylaşım platformları hakkında olup dijital gazete ve dergilerde yer alan video klip, animasyon veya hareketli görüntüler ile ticari olmayan faaliyetler ile ilgili olmayan özel internet sayfalarını kapsam dışında tutmuştur.

2010 yılında çıkarılan direktifte ülkelerin öz denetimi ve AB hukukuyla getirilen ortak denetimin bir bütün halinde uygulanması amaçlanmıştır. Böylece tüketicilerin yüksek seviyede bir şekilde korunması amaçlanmıştır. Burada kastedilen öz denetim sadece hukuki veya idari yolla yapılan denetim değil aynı zamanda ekonomik operatörlerin, sosyal

tarafların ve sivil toplum örgütlerinin de kendileri için ortak olan ilkeleri hayata geçirebileceklerini öngören bir anlayıştır. Bu anlayışın da üye ülkeler tarafından direktif ile beraber harmanlanmasının beklendiği Direktifte ifade edilmiştir. Özgürlükler açısından da bir üye ülkenin kendi sınırları içinde başka bir ülkeden gelen yeniden iletimi engelleyecek tedbirler alması yasaklanmıştır.

5.3.2. Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifinde Düzenlenen Bazı Konular

Direktif birçok konuyu ele almakla beraber bazı hassas meseleler üzerinde daha detaylı hükümler vazetmiştir. Aşağıda bu konular hakkındaki hükümler ele alınmış ve yorumlanmıştır.

5.3.2.1. Çocukların Korunması

2010 yılındaki direktife 2018'de getirilen değişiklikle aralarında ebeveynler ve küçüklerin de olduğu izleyicilerin izledikleri içerikler hakkında bilinçli karar almalarında yetkinleştirilmeleri amacıyla medya hizmet sağlayıcılarının küçüklerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini zarar verebilecek içerikler hakkında yeterli bilgiyi sunmaları da hedeflenmiştir. Çünkü bu tarihten itibaren artık AB düzenlemeleri gelişen ve değişen medya karşısında iyiden iyiye yetersiz kalmıştır. Direktif bu bilgilendirmenin içerik tanımlayıcı bir sistemle veya içeriğin türünü açıklayan sesli bir uyarı, görsel bir sembol veya başka araçlarla yapılabileceğini öngörmüştür. Halbuki RTÜK tarafından 2006 yılında başlatılan akıllı işaretler uygulaması ise hem bu tarihten çok daha önce başlatılmıştır hem de 23 Nisan tarihinde uygulamaya konularak anlamlı ve ilgi çekici bir hale getirilmiştir.

Direktif ile çocuklara yönelik koruma konusunda televizyon yayın hizmetlerine uygulanan küçüklerin korunmasına yönelik önlemlerin isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerine de uygulanması gerektiği ilk defa belirtilmiştir. Üye ülkeler tarafından kabul edilen daha katı önlemler saklı kalmak kaydıyla şifreleme ve etkin ebeveyn kontrolü gibi daha katı önlemler uygulanması öngörülmüştür. Zira Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi de çeşitli kararlarında çocukların korunması meselesi önemli bir yer tutmaktadır. Konunun bir de çocuklar için geliştirilen koruma mekanizmalarının kaçınılmaz olarak küçüklerin kişisel verilerini işlemesi meselesi yönü vardır. Direktif küçüklerin kişisel verilerinin de işlenemeyeceğini hüküm altına almıştır.

Küçüklerle ilgili önemli bir yenilik de isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerinde de koruma uygulamaları ve bunların güvenilirliğinin artırılması hakkında olmuştur.

Günümüzde de bilindiği üzere birçok platform tarafından çocuklara yönelik koruyucu arayüzler kullanılmaktadır. Yine küçüklerin kumar ve alkolden uzak tutulmasına yönelik de hükümler Direktifin içeriğinde belirleyici olmuştur. En önemli konulardan olan çocukların korunması hususunda nefret söylemleri ve zararlı içeriklerin önüne geçilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Direktifte üye ülkelerin kendi yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından sağlanan ve küçüklerin fiziksel zihinsel veya ahlaki gelişimlerine zarar verebilecek olan görsel-işitsel medya hizmetlerinin, küçüklerin normal zamanlarda bu hizmetleri görmeyeceği veya işitmeyeceği şekilde vermelerini temin edecek uygun önlemleri alması gerektiği belirtilirken bu önlemlerin yayın saati, yaş seçimi, yaş doğrulama araçları gibi teknik önlemlerle mümkün olabileceği örnekleri verilmiştir. Önlemlerin potansiyel zararla orantılı olması demokratik toplum ilkeleri gereği olarak Direktifte vurgulanmıştır. Pornografi ve aşırı şiddet gibi çok zararlı içeriklerin ise en katı önlemlere tabi olması gerektiği belirtilmiştir.

Görsel-işitsel ticari iletişimlerde çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki zarara neden olacak unsurlar olmaması; deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukların bir ürün veya hizmeti satın alma veya kiralamaya doğrudan yönlendirilmemesi; reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almaları için ebeveynlerin veya çocukların doğrudan teşvik edilmeyeceği; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güvenin istismar edilmemesi ve çocukların tehlikeli durumlarda gösterilmemesi çocuklar hakkında ticari iletişime dair korumalardır.

5.3.2.2. Dezavantajlı Gruplar

Dezavantajlı gruplar da düzenleme yapılırken göz önünde bulundurulan konulardandır. Direktif ile üye ülkelerin medya hizmet sağlayıcıları özellikle görsel ve işitsel engelliler ile yaşlılar için içerik üretilmesi noktasında teşvik etmesi de sağlanmak istenmiştir. Bununla amaçlanan bu kişilerin de hayata katılım ve kaynaşma haklarını korumaktır. Direktif metninde işaret dili, alt yazı, sesli betimleme teknikleri erişim sağlanmasına yönelik araçlar olarak belirtilmiş ancak bununla sınırlı tutulmamıştır.

Ülkemizde bu konuda mevcut bir düzenleme bulunmamaktadır. Engelli hakları veya dezavantajlılara ilişkin talepler daha çok sivil toplum tarafından dile getirilmektedir. Bununla beraber zamanının çok ilerisinde bir şekilde RTÜK 2019 yılında çıkardığı "Sağırların, İşitme Ve Görme Engellilerin Yayın Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesine

İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" ile engellilerin yayın hizmetlerinden daha etkin faydalanmasının önünü açmıştır. Buna göre yayıncıların engelli dostu yapımlara daha çok yer vermesi, ayrıntılı altyazı, işaret dili ve sesli betimleme tekniklerini yayınlarda kullanmamaları öngörülmüştür. Yine mezkur yönetmelik ile engellilerin güncel haberlerden, hava durumundan ve piyasa bilgilerinden haberdar olmaları kolaylaştırılmıştır.

Ayrıca RTÜK Dezavantajlı Bireylerin Engelsiz Medya Erişimi Çalıştayı, Sağırların, İşitme ve Görme Engellilerin Görsel- İşitsel Medya Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesi Çalıştayı, Dezavantajlı Bireylerin Engelsiz Medya Erişimi Çalıştayı ve 2020 Erişilebilirlik yılında yürütülen çalışmalar gibi sosyal sorumluluk projeleriyle konuyu sürekli gündeminde canlı tutmaktadır.

5.3.2.3. Ticari Konular

Direktifin gerekçesinde medya hizmet sağlayıcılarının editoryal sorumluluklarını ve görsel-işitsel değer zincirini korumak amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından sağlanan programların ve hizmetlerinin bütünlüklerinin garanti altına alınması gerektiği belirtilmiştir. Bu kapsamda programlar ve görsel-işitsel medya hizmetlerinin medya hizmet sağlayıcının açık rızası olmaksızın kısaltılmış bir formda, değiştirilerek, kesintiye uğratılarak veya ticari amaçlı eklentiler yapılarak iletilmemesi gerektiği yine gerekçede belirtilmiştir. Maddeler arasında da bu yönde hükümler bulunmaktadır. Ticari hükümlerle ilgili genel ve önemli olan madde program destekleme ve ürün yerleştirme gibi tekniklerin uygun şekilde bir işaret veya sembolle belirtilmesi, izleyicilerin açık şekilde haberdar edilmesi, ürün ve hizmetlerin satın alınmasında veya kiralanmasında doğrudan teşvik edici olunamayacağı kuralıdır.

Direktifin gerekçesinde ürün yerleştirme tekniklerinde değişiklikler ve yayıncılık pazarındaki büyük değişimler göz önünde bulundurularak tüm görsel-işitsel ticari iletişimlerde daha fazla esnekliğe ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Bu çerçevede tüm ürün yerleştirmelerin yasaklanmasının yasal şekilde mümkün olmadığı vurgulanarak bazı istisnalar dışında ürün yerleştirmenin de serbest bırakılması gerektiği kabul edilmiştir. Bunun en belirgin örneği ürün yerleştirmelere dini program, çocuk programları, haberler ve tüketici programlarında yer verilmesinin yasaklanmasıdır.

Direktif ticari iletişimlerin kolayca ayrıt edilebilir olması, bilinçaltı teknikleri içermemesi, gizli ticari iletişim uygulanmaması konularını hüküm altına alırken ticari iletişimin insan onuruna aykırı olamayacağını, cinsiyet, ırk, etnik köken, milliyet, din ve

inanç yaş ve cinsel tercihlere dayalı bir ayrımcılığı içermesini de yasaklamıştır. Burada Direktifin İngilizce metninde de belirtildiği üzere cinsiyet (sex) ve cinsel tercih (sexual orientation) ayrımı yapılması dikkat çekicidir. Buradan anlaşılmaktadır ki kadim erkek ve kadın algısı dışında kalan cinsel eğilimler AB mevzuatı çerçevesinde medya alanında koruma görmekte ve ayrımcılığa maruz bırakılması önlenmek istenmektedir. Chao ve arkadaşları (2013) tarafından anlatıldığı şekliyle 1900'lü yılların başında Amerikan toplumunda daha çok alt sınıflarda olan siyahların filmlerde yer almadığı, 60'lı yılların başlarına doğru filmlerde de toplumun alt sınıfından kimseleri temsilen yer aldıkları, asıl görevlerinin "beyazları ritmik yetenekleriyle eğlendirmek" olan ve "hadlerini bilmesi gereken" bu insanların zaman içinde film hikâyelerinde daha önemli ve belirgin karakterler olarak görünmeleri, nihayet ırkçılık karşıtlığı olarak belki üstü kapalı bir özür şeklinde büyük ödüllere layık görülmeleri; AB mevzuatıyla bugün ayrımcılığa karşı korunmak istenen gruplar için de gelecek onyıllarda gerçekleşebilir (Chao ve diğerleri, 2013).

Diğer bir ticari konu telif hakları meselesidir. Telif hakları bir eser sahibine geniş anlamda maddi ve manevi haklar olmak üzere iki grup hak ihdas eder. Manevi haklarla eser sahibi eserin umuma arzı, isimlendirilmesi, eserde değişiklik yapılması gibi konularda söz sahibi olurken maddi haklar aracılığıyla da işleme, çoğaltma, yayma, erişim gibi yollarla gelir elde eder (Erçal, 2014). Telif haklarına uyulması gerektiği ve telif anlaşmaları ile ilgili sürelere uyulması gerektiği hususu da Direktifte yer almaktadır. Zira bireysel olarak eser sahiplerinin tek başlarına telif haklarını korumaları, gelirleri tek başlarına tahsil etmeleri, sözleşmelerde belirtilen süreler uyulup uyulmadığını takip etmeleri imkansızdır (Erçal, 2014). Direktif doğrultusunda ülkeler telif hakları konusunda adli ve idari yapılarıyla gereken önlemleri almaları konusunda tavsiyeye tabi tutulmuşlardır.

Reklam ve tele-alışverişin en az 30 dakika aralıklarla verilebileceği, dini tören yayınlarında reklam ve tele-alışverişin yasak olduğu, çocuk programlarında ise sadece tele-alışverişin yasak olduğu, tele-alışveriş sürelerinin 15 dakikadan fazla olamayacağı belirtilmiştir. Tek reklam uygulamasının sadece spor olaylarında yer alması öngörülmüştür.

Tıbbi ürünlerin ve tedavilerin üretim ve satışı ile bu ürün ve hizmetleri sunan şirketlerin tanıtımlarının yapılması yasaklanmamış ancak diğer konularda olduğu gibi bu tanıtımlarda ülkelerin ulusal hukuklarıyla denetim altında olacaktır.

Haber ve güncel olay programları ise program desteklemeye konu olamaz. Çocuk programları, belgeseller ve dini programlar sırasında yapılan program destekleme ise üye ülkelerin inisiyatifine bırakılmıştır.

2009 yılından sonra üretilen programlarda haberler, güncel olay programları, tüketici programları, dini programlar ve çocuk programları hariç tüm görsel-işitsel medya hizmetlerinde ürün yerleştirme serbest bırakılmıştır. Ancak ürün yerleştirme sıkı şartlara bağlanmıştır. Buna göre ürün yerleştirme özellikle isteğe bağlı görsel işitsel medya hizmetlerinde katalog organizasyona ve editoryal sorumluluğa zarar verici nitelikte olamaz. İlgili ürüne aşırı önem verilemez. Elektronik sigara, dolum kitleri, sigara ve tütün ürünleri ile reçeteli ilaçlar ürün yerleştirmeye konu olamaz.

6112 sayılı Kanunda da yer alan Avrupa eserlerinin yapımının desteklenmesi ve yayınlarda bu yapımlara öncelik tanımlanması dikkate değerdir. Benzer hüküm Türk mevzuatında da bulunmaktadır. Direktifte pazarın gelişmesi ve rekabetin korunması gerektiği hususu da vurgulanmıştır. İsteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmeti sağlayıcılarının, kataloglarının en az % 30'unu Avrupa eserlerine ayırmalarını ve bu eserlerin görünür olmalarının temin edilmesi düzenlemede yer almaktadır. Yerli yapımların teşvik edilmesine ve ekranda daha fazla yer almasına ilişkin Türk hukukunda da benzer mevzuat maddeleri bulunmaktadır.

Tabi AB kültürel ve ekonomik olarak birbirine yakın ülkelerden oluştuğu için düzenleme daha çok bir ülkede yer alan yayıncı veya medya hizmet sağlayıcının diğer ülkelerde hizmet sunarken tabi olacağı hükümler ve hizmeti sunduğu ülkenin mevzuatı karşısında korunmasına ilişkin hükümleri içermektedir. Bunlardan en basiti yayıncı ve medya hizmet sağlayıcıların çifte mali yükümlülük altına girmesinin önlenmesidir.

Reklamlar hususunda bir yandan reklam verenlerin en yüksek seviyede fayda sağlaması istenirken bir yandan da izleyicilerin fazla reklama maruz kalması önlenmek istenmiştir. Bu kapsamda 06:00-18:00 ve 18:00-24:00 saat dilimleri için farklı kurallar konulması ön görülmüştür.

Sadece reklam ve yayın ayrımı için değil seri izleme gibi zararlı izleme alışkanlıklarının önüne geçilmesi için nötr aralıklar konulması gerektiği belirtilmiştir.

5.3.2.4. Gıda, Alkol ve Sigaraya İlişkin Hükümler

Direktifteki en ilginç hükümlerden biri ayrıntı seviyesi olarak tek tek bazı gıda ürünleri hakkında hüküm vazeden maddedir. Buna göre üye ülkeler besinsel veya fizyolojik etkisi olan, özellikle de yağ, yağa dönüşen asitler, tuz veya sodyum ve şeker gibi genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeleri içeren yiyecek ve içeceklere yönelik olup çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içine yerleştirilen uygunsuz görsel-işitsel ticari iletişimler hakkında ortak denetim ve özdenetim gerçekleştireceklerdir. Bu ilkeler bu tür yiyecek ve içecekleri içeren görsel-işitsel ticari iletişimlere çocukların maruz kalmasını etkin bir şekilde azaltılması ve görsel-işitsel ticari iletişimlerde bu tür yiyecek ve içeceklerin besinsel bakımlarından olumlu özelliklerine vurgu yapılmamasının sağlanmasını amaçlanmıştır. Direktifin bu seviyede ayrıntılı şekilde tuz, şeker ve yağ ile ilgili ticari iletişimin denetimine önem vermesi medyanın toplum üzerinde yukarıda belirtilen güçlü ve yoğun etkisine önemli bir örnektir.

Alkol reklamları hususunda bazı sınırlamalar getirilmiş ve alkol ile ilgili ticari iletişime çocukların maruz kalmaması önemsenmiştir. Alkol reklamlarındaki sınırlamalar gençlerin hedef alınmaması ve gençlerin bu ürünleri tüketirken gösterilmemesi, alkol kullanımının fiziksel performans artışı, sosyal ve cinsel başarı ile bağdaştırılmaması, alkol tüketmemenin olumsuz bir imaj gibi gösterilmemesi, reklam sürelerinin %20'sinden fazlasını kaplamaması olarak özetlenebilir.

Elektronik sigaralar ve dolum kitlerinin yanı sıra sigara ya da diğer tütün ürünlerinin üretimi veya satışı olan şirketler Direktife göre görsel-işitsel medya hizmetleri veya programlarında program destekleyicisi olamayacaklardır.

İsteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerindeki alkollü içeceklere ilişkin görsel-işitsel ticari iletişimler televizyon reklamları ve tele alışverişe uygulanan kriterlere uygun olmalıdır. Ancak program destekleme ve ürün yerleştirme bu uygulamanın dışında tutulmuştur. Alkollü içeceklere ilişkin televizyon reklamları ve tele alışverişe uygulanan daha detaylı kriterlerin programlara değil, reklamlara uygulanması gerektiği belirtilmiştir. Daha detaylı olan bu kriterler isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerindeki program desteklemeye ve ürün yerleştirmeye uygulanmayacaktır.

5.3.2.5. Cevap Hakkı

Demokratik toplum ilkesinin gereği olarak ifade özgürlüğünün de korunması anlamında Direktifte cevap hakkı güvence altına alınmıştır. Buna göre bir televizyon programındaki yanlış iddialar nedeniyle yasal çıkarları, onuru veya saygınlığı zarar gören gerçek veya tüzel kişiler cevap hakkına sahip olacaktır. Makul olmayan gerekçelerle üye ülkelere cevap hakkının kullanılmasını önlememe yükümlülüğü getirilmiştir. Cevap hakkı, hakkın kullanılmasının talep edildiği süreden sonra uygun bir süre içinde ve cevap hakkına konu yayınla aynı zamanda kullanılır.

5.3.2.6. Münhasıran Video Paylaşım Platform Hizmetleri

Doğaldır ki Direktif video paylaşım platformu hizmeti veren şirketlerle ilgili öncelikli olarak yargı yetkisinin hangi ülkede olacağına açıklık getirmek istemiştir. Bu platformlar daha çok internet üzerinden hizmet verdiklerinden ve internet ile sağlanan hizmetler tek bir merkezden yönetilerek birçok farklı noktaya yönlendirilebildiğinden yargı yetkisi ile ilgili olarak bir dizi karmaşık düzenlemeler yapmak gerekmiştir.

Video paylaşım hizmet sağlayıcılarının üye bir ülkede ana şirketinin mevcut olması veya bir şirketin üye bir ülkede yan şirkete sahip olması gibi durumlarda şirketlerin eşit şartlara tabi tutulması gerektiği belirtilmiştir. Üye ülkelerde şirketi bulunmayan video paylaşım hizmet sağlayıcıların da aynı kurallara tabi tutulmasının temin edilmesi "…uygun olacaktır…" denilerek ucu açık bir konuya dönüştürülmüştür.

Öncelikle Direktif bir video paylaşım platformunun sahibi olan şirket için 3 farklı kavramı açıklayarak yola koyulmuştur. Bunlar bir ana şirket ile örgütsel, ekonomik ve hukuki olarak ona bağlı olan yan şirketlerden oluşan "grup"; bir veya daha fazla yan şirketi kontrol eden "ana şirket" ve nihayet en tepedeki ana şirket tarafından kontrol edilen şirketler anlamındaki "yan şirket" kavramlarıdır.

Direktife göre video platform sağlayıcı ana şirket veya yan şirket hangi ülke sınırları içerisinde ise o ülkenin yargı yetkisi söz konusu olacaktır. Eğer video platform sağlayıcı şirket bir grubun parçası ise ve gruba ait bir şirket üye ülkelerden birinin sınırları içerisindeyse söz konusu üye ülke yargı yetkisi bakımından söz sahibi olacaktır. Eğer gruba ait birden fazla şirket farklı ülkelerdeyse bu durumda ana şirketin bulunduğu ülke yargı yetkisine sahip olacaktır. Ana şirket yok ve yan şirketler birden fazla ülkede mevcut ise bu durumda faaliyete ilk başlayan şirketin bulunduğu ülke hukuku yetkili hukuk kabul

edilecektir. Yer bakımından yetki uyuşmazlığı söz konusu olduğunda ülkelerin ERGA'dan da görüş alarak konuyu Avrupa Komisyonuna taşıması öngörülmüştür. Ayrıca geleneksel yayıncılarda olduğu gibi ülkelerden bu tür hizmetleri veren şirketlerin de raporlanarak Avrupa Komisyonuna bildirmeleri istenmiştir.

Üye ülkelerin kendi yargı yetkileri alanındaki video platform sağlayıcıların bazı hususlara riayet etmesini sağlamaları gerekmektedir. Bunlar küçüklerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerine zarar verebilecek programlar ile görsel-işitsel ticari iletişimden korunmaları, şiddet ve nefrete teşvik eden programların önlenmesi, kamunun ırkçılık ve yabancı düşmanlığı, terör provokasyonu, çocuk pornografisi gibi cezai bir suç oluşturan görsellerden ve ticari iletişimden korunması yer almaktadır. Bu şartlar hem yapılan yayınlar açısından hem de pazarlanan, satılan veya tertip edilen görsel-işitsel ticari iletişimlerde geçerli olmalıdır.

Görsel-işitsel ticari iletişimler ile ilgili geleneksel yayıncılığı düzenleyen 9ncu maddeye atıf yapılarak mevcut düzenlemelerin video platform hizmet sağlayıcıları açısından da geçerli olacağı belirtilmiştir. Ancak burada Direktif ince bir noktayı görmezden gelmemiştir ki o da video paylaşım platformlarının görsel-işitsel ticari iletişimler üzerindeki sınırlı kontrolleridir. Video içerik platformları genel olarak belli bir program akışına bağlı olmadığından 24 saatlik yayın akışları her daim medya hizmet sağlayıcı tarafından denetlenemiyor olabilir. Bu nedenle yayınlanan ticari iletişimlerin de tamamı hizmet sağlayıcı tarafından tek tek gözden geçirilmemiş olabilir. Bu nedenlerle Direktif, ülkeler için öngörülen yükümlülüklerin video paylaşım platformlarının görsel-işitsel ticari iletişimler üzerindeki "sınırlı kontrolleri" dikkate alınarak yerine getirileceğini belirtmiştir. Yine programların veya kullanıcı kaynaklı videoların içeriğinde görsel-işitsel ticari iletişim olması durumunda izleyicinin açıkça bilgilendirilmesi yükümlülüğü ancak "hizmet sağlayıcının bu konuda bilgisi olması" şartına bağlanmıştır.

Yağ, şeker, tuz gibi bazı gıda maddelerini içeren ürünlerin görsel-işitsel ticari iletişimine çocukların maruz kalmasını önlemek, bununla ilgili özdenetimin desteklenmesi, bu gıdaların olumlu yönlerine vurgu yapılmaması da üye ülkelere getirilen başka bir sorumluluktur.

Video paylaşım platform hizmetlerinde sunulan içeriğin önemli bir miktarı video paylaşım platform sağlayıcısının editoryal sorumluluğu altında olmadığından hizmet sağlayıcıların genel içerik ve kullanıcı kaynaklı videoların görsel-işitsel ticari iletişimlerin

organizasyonunu yapay zeka ve algoritmalarla belirlendiği bilinmektedir. Bu nedenle söz konusu hizmet sağlayıcıların küçüklerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerine zarar verebilecek içeriklerden korunmalarına yönelik önlemleri almaları gerektiği savunulmuştur. Algoritmalar ve yapay zeka konusu güncel ve canlı bir konudur. 2022 Antalya-Avrupa Düzenleyici Otoriteler Platformu (European Platform of Regulatory Authorities-EPRA) toplantısının da önemli başlıklarından birini oluşturmuştur. Direktif bu noktada içeriğin kendisine değil algoritma veya dijital organizasyona müdahale edilmesi gerektiğinin altını önemle çizmiştir. Direktifin gerekçesinde video paylaşım platform sağlayıcıların AB hukukuna uygun olarak gönüllülük esasıyla bazı önlemleri almasının özellikle medyayı etkin ve güvenli biçimde kullanmaya imkan sağlayan beceri ve bilgi anlamındaki medya okuryazarlığı konusunda adım atmasının beklendiği ifade edilmiştir. Burada platformlarının ticari kazancı ile ifade ve haber alma özgürlüğü, medyada çoğulculuğa saygı gibi değerlerin uyumlaştırılmasının amaçlandığı anlaşılmaktadır.

Direktif bu yükümlülükleri getirirken önlemlerin video paylaşım platformunun hizmetinin büyüklüğünün de göz önüne alınarak uygulanabilir ve orantılı şekilde gerçekleştirileceğini öngörmüştür. Üye ülkeler tarafından düzenleme yapılırken göz önünde bulundurulması istenen diğer bir husus daha vardır. Buna göre kamu yararı, platform sağlayıcıların hakları, içerik üreticileri veya yükleyicilerin hakları korunurken koruma sağlanan kişi gruplarının özellikleri, içeriklerin türü ve sebep olabileceği zararlar dikkate alınacaktır.

Ülkelerin düzenleme yaparken dikkat edeceği diğer bir husus da yapılacak düzenlemelerin bir ön denetim veya içerik filtreleme niteliğinde olmamasıdır. Küçüklerin korunması amacıyla çok zararlı içeriklerin en katı erişim kontrol tedbirlerine tabi olacağına ilişkin hüküm saklıdır.

Direktifin kendisi doğrudan ülkelerin yapacağı düzenlemelere bazı örnekler sunmuştur. Bunlar arasında video yükleyen kullanıcıların videolarda görsel-işitsel ticari iletişim barındırdığına dair bildirim yapmalarının sağlanması, video paylaşım platformlarının kullanıcılardan belirtilen düzenlemelere yönelik bildirim veya işaret alabilmelerini sağlayacak şeffaf ve kullanıcı dostu mekanizmalar kurmalarının sağlanması, yapılan bildirimlerle ilgili ne tür işlemler gerçekleştirildiğine dair kullanıcıların bilgilendirildiği sistemler kurulması ve işletilmesine dair takipler, yine platformların içeriklerin sınıflandırılmasını sağlayan sistemler kurmaları ve bunları işletmeleri, küçüklerin

fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerine zarar gelmemesi için yaş doğrulama veya ebeveyn kontrol sistemleri kurulması, platformların geliştirdikleri bu sistemler hakkında gelen öneri ve şikayetleri değerlendirerek çözüm üretmesi, söz konusu öneri ve şikayetlerin kolay ve etkin şekilde platformlara iletilmesinin sağlanması, medya okuryazarlığına ilişkin etkili önlem ve araçların geliştirilmesi bulunmaktadır. Direktif bu önlemler gerçekleştirilirken video paylaşım platformu sağlayıcılar tarafından toplanan küçüklere ait kişisel verilerin doğrudan pazarlama, profil çıkarma ve kişisel alışkanlıklara yönelik reklam gibi ticari amaçlar için de kullanılamayacağını öngörmüştür.

Bu önlemleri değerlendirme görevi ulusal düzenleyici otorite ve kurumlara havale edilmiştir. Üye ülkelere AB hukukuna uygun olmak şartıyla video paylaşım platformlarına daha sıkı kurallar getirme yetkisi de verilmiştir.

Yargı yetkisine ek olarak video paylaşım platformları ve kullanıcılar arasındaki anlaşmazlıkların giderilmesi için yargı yolu dışında da çözüm mekanizmaları üretilmesi ve uyuşmazlıkların tarafsız şekilde bu mekanizmalarca çözülmesi gerektiği belirtilmiştir.

Video paylaşım platform hizmetlerindeki ticari iletişimler haksız ticari uygulamaların yasaklanması kapsamında Avrupa Parlamentosu ve Konseyinin mevzuatıyla düzenlenmiştir. Video paylaşım platformlarındaki tütün, elektronik sigaralar ve dolum kitlerine ilişkin yeterli seviyede korunmanın bu mevzuat çerçevesinde mevcut olduğu kabul edilmiştir. Kullanıcıların görsel-işitsel içeriğe erişimde video paylaşım platform hizmetlerini daha fazla kullanmaları nedeniyle görsel-işitsel ticari iletişimlere ilişkin kuralların tüm hizmet sağlayıcılara uygulanması gerektiği belirtilmiştir. Bu amaçla video paylaşım platformlarındaki görsel-işitsel ticari iletişimlerin açık bir şekilde tanımlanması ve asgari nitel yükümlülüklere tabi tutulmaları sağlanmıştır. Yine reçeteli ilaçların ticari iletişime tabi tutulması yasaklanmıştır.

5.3.2.7. Temas Komitesi

Direktifin üye ülkelerde etkin şekilde uygulanması ve ülkeler arasında uyumluluk sağlanmasına ilişkin yine Direktif gereğince Avrupa Komisyonuna karşı sorumlu bir temas komitesi kurulmuştur. Temas komitesinin üye ülkelerin yetkili kurullarının temsilcilerinden oluşacağı, uygulamada karşılaşılan sorunlar ve diğer konularda görüş alış verişi yapılmasını sağlayacağı, yayıncı kuruluşlar, yapımcılar, tüketiciler ve ticaret birlikleri ile müzakereler yaparak neticelerini değerlendireceği, teknik alandaki gelişmeleri takip edeceği belirtilmiştir.

5.3.2.8. Düzenleyici Otoriteler

Direktif ile üye ülkelerin düzenleyici otorite veya kurumlar belirlemeleri ancak bunların hükümetlerden yasal olarak ayrı ve işlevsel olarak bağımsız olmaları gerektiği belirtilmiştir. Ancak bu düzenleme kurumların ülkelerin anayasal hukuk hükümlerine uygun şekilde denetlenmesine engel teşkil edecek nitelikte değildir. Kurumların tarafsız ve şeffaf olmaları; medyada çoğulculuk, dil ve kültür çeşitliliği, tüketicinin korunması, erişilebilirlik, adil rekabet ilkelerine bağlı çalışmaları; ayrımcılık yapmamaları, iç pazarın düzgün işleyişini temin etmeleri gerektiği öngörülmüştür.

BÖLÜM 6

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Medya insanlık tarihinin başından beri toplumda var olmuş, etkisini ve önemini günden güne artırmıştır. Bireyleri toplumsallaştıran, bütünleştiren, eğlendiren, kültür aktarım işlevi gören medya ticaretin de konusu olmuş, çok sayıda araçla kazanç kapısına dönüşmüştür. İnternet başta olmak üzere farklı teknoloji ve tekniklerin de yaygınlaşması ve gelişmesiyle medya geçmişte olduğundan çok farklı bir hal almış, birçok alt dala bölünmüş ve farklı farklı görünümlere bürünmüştür.

Ticarileşen ve farklı şekillerde kendini gösteren medya internet ortamından yayıncılık hizmetlerinin gelişmesiyle de pek çok anlamda rekabetin de git gide tırmandığı bir flora halini almıştır. Bu sebeple medyanın hukuk zemininde ele alınması ve meydana getirdiği toplumsal ihtiyaçlara cevap verecek şekilde düzenlenmesi elzem olmuştur.

Medyanın en yeni alanlarından ve dolayısıyla kanuni düzenlemeye en çok ihtiyaç duyan alanlarından bir isteğe bağlı yayıncılıktır. Bu yeni alan geleneksel medyaya olan ilginin azalmasına sebep olmuş, izleme alışkanlıklarını değiştirmiş ve yoğun ilgi toplamıştır. Şöyle ki isteğe bağlı yayınlarda geleneksel yayınlardan farklı olarak lineer bir akış yerine katalogdan seçilen içerikler vardır. İzleyiciler bu içeriklere istedikleri yerde istedikleri zaman erişebilmektedirler. Her an tüketime açık olan isteğe bağlı yayınlarda buna yönelik olarak büyük bir içerik ihtiyacı doğmuş ve kontrol edilemez miktarda içerik bu platformlardaki yerini almıştır.

İsteğe bağlı medya dijitalleşmeyle yakından ilgili olduğundan kişisel verilerin algoritmalar aracılığıyla toplanması ve işlenmesi söz konusudur. İzleyiciler tercih ettikleri içeriklerle veri havuzlarına kendileri hakkında büyük miktarda bilgi akışı oluşturmaktadırlar. Yine algoritmalar aracılığıyla reklamlar kişilere özel olarak ulaştırılmakta ve doğrudan hedef seçebilmektedirler. Hedef seçebilen reklamlar çocukların ticari anlamda istismarına sebep olabileceği gibi başka sorunları da beraberinde getirmektedir. Daha çok gençlerin ilgi odağı olan ve fakat toplumun genç kesimi dışında da büyük ilgi gören isteğe bağlı medyada sigara, alkol gibi zararlı maddelerin reklamlarına da rastlanabilmektedir. Ayrıca ekran bağımlılığı ve seri izleme gibi olumsuz etkileri doğurabilmektedir.

Gördüğü ilgiyi devasa denilebilecek içerik yelpazesine borçlu olan isteğe bağlı medya daha ziyade eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Daha tercih edilir olmak için birbirleriyle kıyasıya rekabet eden yayıncılar farklı içerikler oluşturmaya çalışarak bu rekabeti körüklemektedirler. Bu da beraberinde anlamsız, faydasız ve hatta çocuklar ve gençler başta olmak üzere toplum açısından tehlikeli olabilecek içeriklerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Kültür taşıyıcı ve toplumsallaştırıcı işlevi olan medya tüm bu riskler sebebiyle denetim ve düzenleme altında tutulmalıdır. Ancak geleneksel medyanın aksine isteğe bağlı medyada yukarıda belirtilen sebeplerle denetim ve düzenleme yapmak daha zordur. İçeriğindeki fazlalık, doğurduğu etki ve etki alanının genişliği gibi nedenlerle daha sıkı bir denetimi gerektirir.

İnternet öteden beri bir kamu hizmeti olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla internet üzerinden gerçekleştirilen isteğe bağlı yayınlar da kamu hizmetinin denetlenmesi çerçevesinde kurala bağlanmaktadır. İsteğe bağlı yayınlarla ilgili kanuni düzenleme ve denetleme ihtiyacı ülkeler bakımından farklı neden ve amaçlarla ortaya konan mevzuatlarla giderilmiştir. Çeşitli ülkelerde olduğu gibi İngiltere'de ve AB'de de ilgili düzenlemeler yapılmıştır.

AB hukukunda İBYH ile ilgili ana düzenleme 2010/13/AB sayılı Görsel–İşitsel Medya Hizmetleri Direktifidir. Direktifte özellikle yargı yetkisinin düzenlenmesi, haber almak hakkının korunması, çocukların korunması, dezavantajlı grupların zararlı maddelerin ticari iletişiminin kısıtlanması, kişisel verilerin korunması, ayrımcılık ve nefret söylemleri gibi toplumsal konulara odaklanıldığı görülmektedir.

İngiliz hukukunda ise izleyici temsilciliği kurumunun üzerinde dikkatli bir şekilde durulduğu, medya kuruluşlarının eşit şartlar altında hizmet ve rekabet etmelerinin önemsendiği görülmektedir.

Türk hukuku bakımından da isteğe bağlı yayınların denetlenmesine ilişkin en kapsamlı yetki Anayasa'nın kendisinden kaynaklanmaktadır. Türkiye'de de söz konusu alanda zaman içerisinde bir hukuk boşluğu doğduğundan 6112 sayılı Kanun ve Yönetmelik çerçevesinde düzenlemeler yapılmıştır. İsteğe bağlı yayın hizmetleri lisanslanmış, kurumsal kimlik bilgileri RTÜK tarafından toplanmış, belli mali yükümlülükler altına sokulmuşlardır. Ayrıca içerikleri hakkında da yayın ilkelerine uymaları sağlanmıştır.

Kural ve yükümlülük koymak, bu kural ve yükümlülüklerin ihlali halinde etkin ve güçlü yaptırımlar uygulayabilmekle anlam kazanır. İnternet ortamı uluslararası büyük güç

ve sermaye sahibi şirketlerin de aktör olarak yer aldığı bir arenadır. Bu anlamda isteğe bağlı yayıncılara karşı teknik imkanların güçlendirilmesi ölçüsünde içerik denetimine ilişkin daha çok söz sahibi olunabilir.

İnternet kullanımı ve isteğe bağlı yayınlara olan talep ve ilgi canlılığını korurken medya alanında gelişmeler de aralıksız olarak devam etmektedir. Anayasa hukuku, ticaret hukuku, idare hukuku ve yayıncılığa ilişkin mevzuat gibi pek çok alanı ilgilendiren konunun gelişmeler teknik ve hukuki gelişmeler ışığında takip edilmesi gerekmektedir.

6.2. Öneriler

Çalışma kapsamında toplanan ve değerlendirilen veriler ışığında birtakım öneriler getirilebileceği kanaatine ulaşılmıştır. Söz konusu öneriler genelden özele doğru aşağıda yer almaktadır.

* Her şeyden önce internet üzerinden yapılan isteğe bağlı yayınların hacmi göz önüne alındığında ilk dikkat çeken unsurun içerik miktarındaki fazlalık olduğu söylenebilir. Bu durum isteğe bağlı medya hizmetlerinin daha sıkı denetlenmesi gerekliliğini doğurur. Ancak konvansiyonel yöntemlerle düzenleme ve denetlenme yapılabilmesini güç kılan da içerik miktarının bu denli fazla olmasıdır. Bu nedenle toplumun medyanın olumsuz etkisine en az maruz kalmasının yolu tek tek bireylerden geçmektedir. Bireylerin medya ile sağlıklı ve güvenli bir ilişki kurabilmelerinin en etkili yolu da medya okuryazarlığı kurumunun geliştirilmesi ve güçlendirilmesidir. Hukuki düzenlemelere bakıldığında da öncelikli konunun çocukların korunması olduğu görülmektedir. Her ne kadar çeşitli kural ve tekniklerle çocukların korunması sağlanmaya çalışılsa da bu ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilincine sahip olmasının tüm önlemlerden daha güçlü olacağı düşünülmektedir.

* Mevzuatın güncel anlamda geride olduğu en önemli nokta kişisel verilerin toplanması ve işlenmesi ile ilgili konulardır. Çünkü medya kullanımı her geçen gün yaygınlaşmakta ve ekran karşısında geçirilen süreler gittikçe uzamaktadır. İsteğe bağlı yayınlara ayrılan süre bu anlamda ciddi bir orandadır. İzleme alışkanlıkları bir kısım verileri oluşturduğundan bunların toplanması, işlenmesi kurallara bağlı olmalıdır. Görsel İşitsel Medya Direktifinde çocuklara ait kişisel verilerin kullanımını düzenleyen hükümler Türk mevzuatına da iktibas edilebilir.

* Yönetmelikle denetim kapsamına alınan internet yayınlarının hangileri olacağı daha net şekilde ifade edilmeli ve hatta genişletilmelidir. Bu anlamda YouTube'un teknik imkanlar da sağlanarak denetim altına alınması gerektiği düşünülmektedir. Mevzuat kapsamının ne şekilde esneyebileceğine ilişkin muğlaklık ortadan kaldırılmalıdır. Böylece kamusal otorite sınırları da daha belirgin hale getirilerek ifade özgürlüğüne engel olunduğu gibi söylemlerin önü alınabilir.

* İfade özgürlüğünün güçlendirilebilmesi için atılabilecek bir başka adım da internet ortamında yayın yapan medya hizmet sağlayıcıların RTÜK'e ödemesi öngörülen ücretler konusunda ödeme güçlüğü içinde olan veya büyük bütçesi olmayan yayıncı kuruluşlara ilişkin düzenleme yapılmasıdır. Böylece çokseslilik de sağlanmış olur.

* Hukuki düzenlemelerin hayata geçirilebilmesi adına yaptırımları güçlü şekilde uygulayabilmek üzere RTÜK veya BTK tarafından teknik anlamda içeriklere ulaşılmasını sağlayan ve gerektiğinde doğrudan tek bir içeriğin engellenmesine yönelik teknik imkânları oluşturan altyapılar hazırlanabilir. Bununla beraber EPRA'nın 2022 yılında gerçekleştirilen 56. toplantısında da gündeme geldiği şekliyle algoritmaların RTÜK veya BTK erişimine izin verilmesine ilişkin düzenleme yapılabilir. (EPRA, 2022).

* 6112 sayılı Kanunun 14üncü ve 15inci maddesinde geleneksel yayıncılar için öngörülen ve yayınlarda asgari olarak yer alması gereken Avrupa eserlerinin miktarı, çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olması ve Türk kültürünü yansıtması, gıda güvenirliliği, halk sağlığı, vergiye gönüllü uyma gibi eğitici mahiyette yayınların varlığına ve oranına ilişkin isteğe bağlı yayınların doğasına uygun hükümler konulabilir. Bu hükümler geleneksel medya için konulduğundan lineer yayın akışına uygun bir mantıkla meydana getirilmiştir. Halbuki isteğe bağlı yayınlardaki katalog mantığına bu tür hükümlerin uygulanması zordur. Bu kapsamda isteğe bağlı yayın platformlarının arayüzlerinde RTÜK tarafından puanlanan ya da tavsiye edilen içeriklere ilişkin bir bölüm bulunabilir. Bunun yayıncı kuruluşlar tarafından kabul edilebilmesinin kısmen de kurum imajına bağlı olduğu düşünülmektedir.

* Türkiye'de isteğe bağlı yayın hizmeti sunan yabancı şirketlere her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Bu kuruluşların izleyici temsilciliklerinin Türkçe dilinde hizmet vermesi ve Türk hukukuna aşina personellerden oluşmasının izleyici ile yayıncı kuruluşlar arasındaki etkileşimi güçlendireceği düşünülmektedir (Aluç, 2022). Bununla beraber hal-i hazırda mevcut izleyici temsilciliği kurumunun iyileştirilebileceği ve güçlendirilebileceği

düşünülmektedir. İngiliz hukukundaki uygulamanın benzeri şekilde izleyici temsilciliğine başvuru resmi bir hüviyete büründürülebilir. Yayıncı kuruluşların bu şikâyetleri izleyici lehine tatmin edici şekilde sonuçlandırmaması halinde RTÜK devreye girebilir. Böylece denetleme ve düzenleme idari işlem gerektirmeden dostane şekilde gerçekleştirilebilir.

* İsteğe bağlı yayın hizmetlerine gençler ve çocuklar daha çok ilgi gösterdiklerinden bu kitleye ilişkin kamu spotlarının popüler ve meşhur içerikler sırasında gösterimi zorunlu tutulabilir. Ayrıca ekran bağımlılığına ilişkin yine bu yaş grubuna özgü olmak üzere saat ve süre sınırlandırması gibi uygulamalar da geliştirilebilir.

* Gençlerin ve çocukların spor, sanat, eğitim gibi konularda gelişim sağlayabilmelerine yönelik olarak yayıncı kuruluşlar ve RTÜK işbirliği ile sosyal sorumluluk projeleri geliştirilebilir. Böylece bu yaş grubu sadece yasal düzenlemelerle değil de fiilen de ekranın olumsuz etkilerinden korunmaya çalışılmış olur.

* İçeriklerde yaşlılar, engelliler ve diğer dezavantajlı gruplara yer verilmesi ve bu gruplara uygun içerik üretilmesine ilişkin asgari yükümlülükler mevzuata işlenebilir. Böylece bu kişilerin de hayata katılım ve kaynaşma haklarını korunur. Söz konusu içerikler şimdilik yayıncı kuruluşların kendi inisiyatifleri ile kataloglara eklenmektedir.

Sonuç olarak gelişen ve değişen medya karşısında hem kurumlar hem bireyler kendilerini geliştirmeli ve yenilemelidir. Bireysel anlamda medya okuryazarlığının önemi artarken kurumlar bakımından da teknik imkanların öneminin arttığı anlaşılmıştır. Teknoloji ve hukukun git gide birbirlerine yaklaşmaları ve kesişim alanlarının genişlemesi kavramlar üzerinde daha dikkatli durmayı ve yenilikleri takip etmeyi gerektirmektedir. Evrensel hukukta meydana gelen gelişmeler Türk hukukunda da gecikmeksizin yerini almalıdır. Bu anlamda yayıncı kuruluşlarla düzenleyici kuruluşların ve izleyicilerin işbirliği içinde olması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor W. (2011), Kültür Endüstrisi –Kültür Yönetimi, (Çev.Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen), İletişim, İstanbul.

Aktaş, C. (2007). Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması. Beta Yayınları.

Altın, A. (2021). Televizyon Yayıncılığında Yeni Trendler: Mobil Yayıncılık [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]

Aluç, R. (2022). 6112 Sayılı Kanun Kapsamında İnternet Ortamından Sunulan İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinin Düzenlenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Anghelcev G., Sar S., Martin J. D. & Moultrie J. L. (2021) Binge-Watching Serial Video Content: Exploring the Subjective Phenomenology of the Binge-Watching Experience, Mass Communication and Society, Sayı 24:1, 130-154

Aslanel, N. (1993) Kamuoyu ve Kamuoyunun Oluşmasında Kitle İletişim Araçlarının Rolü [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]

Atay, E.E. (2008). Anayasa Kavramının Tanımı, Hazırlanması ve Değiştirilmesi Arasındaki İlişki. Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (7) Sayı 1-2, 503-551

Avcı, Ö. (2019). Kültür Oluşturucusu ve Kültür İleticisi Medya : Türk Televizyon Kanallarının İçerik Analizi [Uzmanlık Tezi, RTÜK]

Avcı, Ö. (2022). the Regulations of Online Media Platforms in The UK And Turkey

[Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Westminster]

Avşar, Z. & Demir. V. (2005). Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim. Piramit Yayınları.

Aytekin, M. (2016) Medya Endüstrisi. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notu.

Bakangöz, M. M., (2022) Öğretmenlerin Dijital Vatandaşlık Algıları İle Dijital Yerlilik, Dijital Göçmenlik Ve Dijital Melezlik Özelliklerinin İncelenmesi; [Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi]

Baranseli, E. (2012) Yeni Medya ve Geleneksel Medya. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü Ders Notu, http://dijitalkulturgra331.blogspot.com/2013/01/yeni-medya-ve-geleneksel-medya-sunum.html Erişim tarihi: 1.04.2022

Bayra, A.E. (2020). Hak ve Özgürlükleri Sınırlandıran Kavramların Tasnifi ve Derecelendirmesi - I: Kamu Düzeni ve Kamu Düzeni ile İlgili Kavramlar. İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 7 (2), 45-73

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2013). IPTV Hizmetlerine İlişkin Uluslararası Uygulamalar ve Türkiye için Öneriler. https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/iptv-hizmetlerine-iliskin-uluslararasi-uygulamalar-ve-turkiye-icin-oneriler.pdf Erişim Tarihi: 21.03.2022

Bircan, F.K. (2014). Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu [Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi]

Brennan, L. (2018, Ekim 18). How Netflix Expanded to 190 Countries in 7 Years. https://hbr.org/2018/10/how-netflix-expanded-to-190-countries-in-7-years Erişim Tarihi: 23.03.2022

Bulgu, N. (1995). Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Yapıya Olumsuz Etkileri - Sapma Davranışları [Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi]

Bushman, B.J., & Cantor, J. (2003) Media Ratings for Violence and Sex, American Psycologist Dergisi, Sayı 58, 130-141

Bushman, B.J., & Jamieson, P. (2013) Gun Violence Trends in Movies, Pediatrics Dergisi 6, 1014-1018

Cambridge Dictionary. (t.y.). Content İçinde Cambridge Dictionary. Erişim tarihi 20.05.2022, https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/content

Chao, L. M., Gutiérrez, F. & Wilson, C. C. (2013). Racism, Sexism and the Media. Sage Publications.

Çarbuğa, Y. (2010). Televizyon Yayınlarının Çocuklara Etkisi ve Medya Denetimi Kapsamında Simge-Sembol Uygulamaları [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]

Çevirir, N. (1995). Kitle İletişim Araçlarının Yabancılaşmaya Etkisi. Marmara İletişim Dergisi, Sayı 9, 15-23.

Çiçek, Y.Ö. (2017). Geçmişten Günümüze Yayıncılık Tarihi ve Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Ankara Oran Yerleşkesi Üzerine Mekansal Bir Değerlendirme [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]

Dai, T.U. (2014). Medya İşletmelerinde Denetimin Finansal Yönetimdeki Önemi. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 11(41), 325-341.

DCMS (2020). Broadcasting and Video-On-Demand Services Between the UK and EU. https://www.gov.uk/guidance/broadcasting-and-video-on-demand-services-between-the-uk-and-eu Erişim Tarihi: 11.02.2023

DCMS (2022). Consultation Paper- Audience Protection Standards on Video-on-Demand Services.:https://www.gov.uk/government/consultations/audience-protection-standards-on-video-on-demand-services/audience-protection-standards-on-video-on-demand-services Erişim Tarihi 02.02.2023

Debord, G. (2010). Gösteri Toplumu (A. Ekmekçi, O. Taşkent Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Derdiman, C. (2015). Başbakanlık Ve Bakanlık Teşkilatlarında Kanun Hükmünde Kararnamelerle Yapılan Değişiklikler Ve Hukukî Sonuçları, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (19), 4, 189-225

Dursun, Z. (2020). Televizyonda Gündüz Kuşağı Programlarının Anlatı Yapısı ve İzleyici Profili [Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi]

Dülger, V.M. & Oğlacıklıoğlu, M.T. (2018) Alman Sosyal Ağlarda Hukuk Uygulamasının İyileştirilmesi Hakkında Kanuna İlişkin Değerlendirme. Ceza Hukuku Dergisi Cilt 13-Sayı 27 Dijital Versiyon https://www.jurix.com.tr/article/15717) Erişim Tarihi: 25.10.2022

Erçal,H. (2014) Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Meslek Birliklerinin Telif Haklarının Korunmasındaki Rolü [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]

Erdoğan, B. & Köten E. (2014) Yeni Toplumsal Hareketlerin Sınıf Dinamiği:Türkiye LGBT Hareketi, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi (2) sayı 1, 93-113

EPRA, (2022). European Platform Of Regulatory Authorities. 56th EPRA meeting [Broşür] https://cdn.epra.org/attachments/files/4209/original/56th_EPRA_meeting_agenda_EN_detailed.pdf?1665069424 Erişim Tarihi: 14.10.2022

ERGA (2022) European Regulators Group for Audiovisual Media Services. https://erga-online.eu/?page_id=7 Erişim Tarihi 25.12.2022

Ergüney, M. (2020). RTÜK'ün İnternet Denetimi: İlgili Mevzuat Üzerine Bir Değerlendirme [Elektronik Versiyon], Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, (11), 41, 96-122

Erkal, A. (2021). Anayasa Mahkemesi ve AİHM Kararları Işığında Yeni Medyada İfade Özgürlüğü. [Doktora Tezi, İstanbul Üniverstesi]

Ersin, B.T., Günay C. & Necipoğlu C. (t.y.) OTT Uygulamaları ve Türk Hukukunda Düzenlenmesi, https://www.morogluarseven.com/wp-content/uploads/2021/03/217624-13-OTT_Guide_inDesign_TR-ID-217624.pdf Erişim Tarihi : 27.08.2022

Etymonline. (t.y.) Media İçinde Etymonline Dictionary. Erişim Tarihi Haziran 12, 2022, https://www.etymonline.com/search?q=media

İzadi, E. (2021, Kasım). This newspaper is cutting back on print and training readers to use iPads instead. Will it work? https://www.washingtonpost.com/media/2021/11/07/media-newspapers-print-ipad-little-rock Erişim Tarihi: 13.01.2023

Karakuş, Y. (2011). RTÜK-BTK ve Türksatın Yaptırım Uygulama Yetkisi (Penal Sanction) ve Düzenleme Yapma Yetkisi (Regulation) Bakımından İncelenmesi ve Sonuçları [Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi]

Kılıç, N. (2019). Geleneksel Medya ile Yeni Medyanın Karşılaştırılması: Kuramsal Bir Analiz Çalışması. Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 36, 227-239.

Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (15), 170-189.

Kurt, D. (2020). Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamında Sunumu Hakkında Yönetmelik'in İfade Özgürlüğü Bağlamında Değerlendirilmesi [Yüksek Lisans Tezi, Koç Üniversitesi]

Kürkçü, D. (2015) Yeni Medyanın Gençlerin Medya Alışkanlıkları Üzerine Etkisi [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]

Lea, W. (1994). Video on Demand. House of Commons Library, Science and Environment Section.

Lunt, P. and Livingstone, S. (2012). Media Regulation: Governance and the Interests of Citizens and Consumers. London: Sage Publications

Mert, Ş. E. (2021). Türkiye Çevrimiçi İzleyicilik : İsteğe Bağlı Video (VOD) Hizmeti ve İzleyicisi [Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi]

Morgan, A. (2022, Eylül 29). What Is VOD? And Why You Need It as a Content Creator in 2023. https://www.uscreen.tv/blog/what-is-vod/ Erişim Tarihi: 01.01.2022

Nişanyan Sözlük. (t.y.). Media İçinde Nişanyan Sözlük. Erişim Tarihi Haziran 12, 2022, https://www.nisanyansozluk.com/kelime/media

Postman, N. (2020). Televizyon: Öldüren Eğlence (O. Akınhay, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Rekabet Kurumu (2017). Dijitalleşme ve Yakınmasa Bağlamında Televizyon Yayıncılığı. https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/13-dijitallesme-ve-yaki. Erişim tarihi: 15.08.2022)

RTÜK (2018). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması. https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/Kamuoyu/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf Erişim Tarihi:28.07.2023

RTÜK (t.y.). https://www.rtuk.gov.tr/izin-ve-tahsisler-dairesi-baskanligi/3923 Erişim Tarihi : 16.03.2022

RTÜK (t.y.). https://www.rtuk.gov.tr/internet-yayin-lisansi-olan-kuruluslar-listesi-rd-tv-ibyh/1758 Erişim tarihi: 23.3.2022

RTÜK (t.y.). https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749 Erişim tarihi: 19.12.2022

RTÜK (t.y.) https://www.rtuk.gov.tr/internet-yayin-lisansi-olan-kuruluslar-listesi-rd-tv-ibyh/1758 Erişim Tarihi: 27.02.2023

Smith, S.L., Pieper, K. & Choueitti, M. (2021, Şubat). Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films, https://assets.ctfassets.net/4cd45et68cgf/4V7929tRhmJ3ysa6oVnq3F/284eddb84f2

4e4d8e4c71ec06063ddd1/Inclusion_in_Netflix_Original_Series_and_Films_Executive_Summary_2.26.21.pdf Erişim tarihi 25.05.2022

Starosta, J.A.; Izydorczyk, B. Understanding the Phenomenon of Binge-Watching—A Systematic Review. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020, *17*, 4469.

Sümer, B. (2022). Dünyada ve Türkiye' de Dijital Yayıncılık: Türkiye' de Dijital Televizyon Üzerine Bir Çerçeve Arayışı [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi]

Sümer, M. (2019). Avrupa Birliği'nde Şirketler Hukuku Alanında Yapılan Uyumlaştırma Çalışmaları Ve Avrupa Tipi Şirket, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi (18), 2, 557-596

Şirin, T. (t.y.) https://www.tolgasirin.com/post/internet Erişim Tarihi: 25.12.2022

TİAK (2022), https://tiak.com.tr/tablolar Erişim tarihi: 27.05.2022

Umar, M. (2019). Social and Conventional Media Patronage Among University Students: A Comparative Study. Journal of Humanities and Social Sciences, 2, 1-10.

Uslu, İ. (2011). Televizyon Yayınclığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı [Uzmanlık Tezi, RTÜK]

Yalçındağ, A.D. (2021, Temmuz). İnternet Tabanlı İsteğe Bağlı Yayıncılık Platformlarının Teknik Altyapısı ve Sektörel Gelişimi. RTÜK İletişim Dergisi, Sayı 1, 48-50.

Yıldırım, H. (2022). Dijital Yayıncılık ve Yeni İletişim Teknolojileri [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi]

Yıldırım: RTÜK ile BTK Birleşebilir. (2009, Aralık) Yenişafak Gazetesi,

https://www.yenisafak.com/teknoloji/yildirim-rtuk-ile-btk-birlesebilir- 31027Erişim Tarihi:25.07.2023

Yumrukuz, Ö. (2016). Jean Baudrillard' ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Survivor Programı. TRT Akademi Dergisi, 01(01),86-111.

Yüzer, T. (2013). Günlük Yaşamda İnternet ve Medya İlişkileri . Selçuk İletişim , 4 (2) , 86-96 . https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19011/200774 Erişim tarihi 14.12.2022

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı: Habip Haluk Taşdemir

E-Posta Adresi: habiphaluktasdemir@rtuk.gov.tr

İş Deneyimi:

Unvan	Görev Yeri	Yıl
Serbest Avukat	İstanbul	2016-2019
Üst Kurul Uzman Yardımcısı	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu	2019- Devam Ediyor

Akademik Bilgiler

Öğrenim Durumu:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Hukuk Fakültesi / Hukuk Bölümü	İstanbul Üniversitesi	2007-2015

-

RTÜK